

**Міністерство освіти та науки, молоді та спорту України
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»**

**Економічний факультет
Рада молодих вчених економічного факультету**



МАТЕРІАЛИ

***II - ї Міжнародної науково–практичної Internet -
конференції студентів та молодих вчених***

***«Стратегії інноваційного розвитку
економіки України: проблеми,
перспективи, ефективність»***

7 грудня 2011 р.

Харків – 2011

**Міністерство освіти та науки, молоді та спорту України
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»**

**Економічний факультет
Рада молодих вчених економічного факультету**

МАТЕРІАЛИ

***II - ї Міжнародної науково–практичної Internet -
конференції студентів та молодих вчених***

***«Стратегії інноваційного розвитку
економіки України: проблеми,
перспективи, ефективність»***

7 грудня 2011 р.

Харків – 2011

СЕКЦИЯ 1. МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВ ТА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

БЕСПОЯСНАЯ М.В., ПУЧКОВА С.И., к.е.н., доцент, ОНЭУ

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАДРОВОЙ СЛУЖБЫ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Для того чтобы оптимизировать деятельность компании, особенно в кризисные времена, используют системы управления эффективностью работы персонала. Система управления персоналом должна быть направлена на установление связи между стратегиями, индивидуальными целями и критериями эффективности труда на всех уровнях иерархии предприятия. Соответствие стратегии управления персоналом глобальной стратегии развития предприятия — важнейший аспект менеджмента персонала в рамках антикризисного управления предприятием. Важная составляющая управления персоналом на кризисных предприятиях — кадровая политика.[1]

В условиях кризиса острой необходимостью в осуществлении кадровой политики становится сокращение численности персонала. Нужен взвешенный, рациональный подход при увольнении персонала, отказе от выплаты доплат и надбавок, сокращении социальных льгот.

Мероприятия по сокращению расходов на персонал требуют от отдела по работе с персоналом системного подхода и учета суммарных эффектов от реализации данных мер как в ближайшей, так и в отдаленной перспективе, так как непродуманная сиюминутная экономия может привести к большим потерям в перспективе.[2]

При реорганизации кризисного предприятия целесообразно осуществлять следующие меры: сокращать в организационной структуре управления нужно уровни, а не рабочие места; при проведении сокращений необходимо учитывать взаимозависимость элементов организационной структуры и

осуществлять дальнейшие меры по стабилизации новой организационной структуры и психологической поддержке персонала; не увлекаться масштабными сокращениями персонала; периодически переоценивать кадровую структуру предприятия; целесообразно выявлять, поддерживать и обучать работников предприятия, проявляющих качества лидера и склонность к управленческой деятельности; поддерживать образовательные программы, реализуемые на предприятии, и др.[1]

Основополагающими шагами по снижению кадровых издержек является нормирование всех статей затрат на персонал и жесткий контроль исполнения установленных нормативов.[3]

Примером краткосрочной экономии фонда заработной платы может быть отправка сотрудников на новогодние каникулы (в форме отпуска за свой счет) теми предприятиями, деловая активность клиентов которых падает в постновогодний период (например, проектные и консалтинговые организации).

Отделу по работе с персоналом необходимо работать с увольняемыми сотрудниками, основная цель данной работы – предотвратить возможность появления трудовых споров. Для этого с ними нужно проводить выходные беседы, в которых говорить о необходимости данной меры и разъясняются причины увольнения. Увольняемых сотрудников нужно также консультировать в рамках трудового законодательства, возможности трудоустройства, оказывать им психологическую помощь.[3]

В условиях кризиса кадровой службе также необходимо пересмотреть политику финансирования обучения работников. Желательно отложить до «лучших времен» инвестиции в долгосрочное обучение персонала (исключение могут составлять особо ценные для предприятия кадры). Эту статью расходов можно также снижать за счет ввода в штат собственных тренеров, а также проведения внутреннего обучения силами собственных сотрудников, имеющих достаточный опыт и способности к преподаванию,

особенно это касается стандартных тренингов и семинаров, регулярно проводимых на предприятии (например, тренинги по успешным продажам, клиентингу и т.д.).

Как зарубежный, так и отечественный опыт управления персоналом показывает, что реализация механизма антикризисного управления предполагает решение проблемы качества работников. На данном этапе предприятиям приходится осваивать современные методы управления и уметь управлять в этих сложных условиях, используя технологии антикризисного управления.[2]

Таким образом основные усилия HR-ов во время кризиса должны быть направлены на повышение производительности труда, сокращение численности персонала, оптимизацию кадрового состава – замену низкопроизводительных сотрудников высокопроизводительными и удержание ключевых специалистов, развитие ключевых навыков, оптимизацию фонда оплаты труда через привязку материальной мотивации к результату, использование методов нематериальной мотивации.

Основными методами оптимизации численности, которые целесообразно использовать кадровой службе в кризисных условиях, являются:

- Оптимизация организационных структур за счет повышения нормы управляемости, исключения дублирования функций, расширения зоны ответственности работников;

- Вывод на аутсорсинг непрофильных функций,

- Оптимизация затрат на фонд оплаты труда за счет перевода сотрудников на договора подряда, использования сдельной оплаты труда, сокращения рабочей недели,

- Повышение эффективности бизнес-процессов за счет автоматизации, упрощения системы внутренней отчетности, отказа от функций и работ, не добавляющих стоимости.

Список литературы: 1. АгашковаА. Деятельность кадровой службы в период кризиса// Результат. - №1. – 2009 [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://result.by/deyatelnost-kadrovoy-sluzhby-v-period-krizisa> 2. ВоронцоваГ.В. Особенности системы управления персоналом в условиях кризиса//Экономика. - №2. - 2008. – с.8-19. 3. УшаковаЛ., ГриваЕ., МалыхинаМ. Увольнение в кризисный период// Трудовое право. - №5. – 2009 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.top-personal.ru/lawissue.html?1713>

БОНДАРЕНКО И.В., ДонНУ

ОСОБЕННОСТИ ОПЛАТЫ ТРУДА В РАЗВИТЫХ СТРАНАХ МИРА

Актуальность данной темы определяется тем, что переход к рыночным отношениям принципиально изменил сущность оплаты труда. Рыночная экономика предполагает наличие рынка рабочей силы с территориальным перемещением трудовых ресурсов, сосредоточением труда там, где на него есть спрос, и отток с тех мест, где ощущается избыточное предложение. Комплекс всех этих факторов и формирует конкретную оплату труда. *Целью данной статьи* является анализ и сравнение современных моделей оплаты труда в странах мира. Проблемы оплаты труда различных стран рассматривали многие ученые, такие как Войтенкова Г.Ф., Горелов Н.А., Дудина Н. В., Мазманова Б.Г. и др. Организация оплаты труда представляет собой систему организационно-правовых средств, направленных на установление содержания и порядка введения системы оплаты труда, тарифной системы, нормирование труда, сдельных расценок, премирование, других поощрительных, компенсационных и гарантийных выплат, установление норм оплаты труда при отклонении от тарифных условий, форм и сроков выплаты заработной платы, порядка исчисления среднего заработка, индексации зарплаты в связи с изменением индекса потребительских цен, компенсации зарплаты в связи с нарушением сроков ее выплаты.

Организация оплаты труда различна во всех странах. Все модели оплаты труда имеют как недостатки так и позитивные стороны, они были созданы на основе национальных, культурных и экономических особенностей государств. В Японии заработная плата зависит от многих факторов:

1. Стаж. Жители этой страны считают, что людей, которые работают дольше нужно поощрять, чтобы они работали и дальше, при этом улучшая свои результаты. Решение об увеличении заработной платы принимает Служба мотивации или непосредственный руководитель подразделения.

2. Жизненные пики. Таких пиков в Японии пять-шесть. Когда 21-летний японец после колледжа или университета поступает на работу, его заработная плата примерно равна 180 тыс. йен в месяц (более 1800 долл. США). Это определенный законом минимум. Среднемесячная ставка здесь - 3000 долл. США. В 28-29 лет японец женится, следовательно, увеличивается и заработная плата (так как действует определенный закон о традициях). Затем рождение ребенка, покупка жилья.

3. Зависимость оплаты труда менеджеров от результатов работы предприятия. На всех предприятиях используется система "плавающих окладов". Если цех снизил себестоимость продукции на 10%, то его оклад автоматически увеличивается на 10%.

4. Фактические результаты работника.

Важно отметить, особенность этой страны заключается в том, что в Японии одна из самых низких в мире дифференциация в оплате труда - 1:4 (в Швеции - 1:3). Это означает, что работник самой низкой квалификации получает всего в 3 раза меньше, чем высококвалифицированный работник.

В Швеции в области заработной платы сложилась своеобразная система, получившая наименование «солидарной политики зарплат». Она основана на ряде принципов, из которых наиболее важными являются: справедливое распределение доходов пропорционально тяжести труда и его результативности; равное вознаграждение за равный труд для мужчин и

женщин, различных возрастных категорий работников, трудящихся предприятий одной отрасли, но разных форм собственности.

В Италии оплата труда включает, помимо отраслевой тарифной ставки, персональные и коллективные надбавки к ставке, надбавки в связи с возростанием стоимости жизни и за стаж, регулярные и нерегулярные премии, сдельные приработки и т. д. (до 50 компонентов).

Существует несколько видов дифференциации заработной платы: между категориями рабочей силы, предприятиями, отраслями, районами и т.д. Для дифференциации между предприятиями важна их отраслевая принадлежность, а для межотраслевой – удельный вес крупных предприятий.

Что касается Франции, то здесь заработная плата определяется, с одной стороны, факторами, зависящими от личностных характеристик работников включающими: уровень образования (высшее среднее специальное); качество диплома (т. е. какое именно учебное заведение окончено); возраст; стаж работы, с другой – производственными факторами: товарооборот фирмы; ее отраслевая принадлежность; норма управляемости.

Таким образом можно сделать вывод, что в развитых странах четко прослеживается сочетание двух тенденций в формировании заработной платы: с одной стороны, сходные методы и показатели установления заработной платы на базе широкой самостоятельности работодателей, а, с другой стороны, – национальные особенности. Так, практически во всех развитых странах исходной базой величины заработной платы служит тарифный заработок, формируемый на основе тарифной сетки и надбавок к ней. Тарифный заработок совместно со сверхурочными выплатами формирует месячный заработок. Месячный заработок дополняют премии и другие выплаты, выплачиваемые работнику с определенной периодичностью в течение года.

В Украине на данный момент, по нашему мнению, система оплаты труда не достаточно эффективна. Государственным органам следовало бы брать

пример у других стран и на основе этого усовершенствовать модель оплаты труда в Украине. Первым, что следует ввести - это систему оплаты труда подобную «солидарной заработной плате» в Швеции. Так как в нашей стране зачастую работники с более тяжелой, опасной работой получают заработную плату ниже, нежели те, кто работает на предприятиях без вреда их здоровью. Так же нужно дифференцировать оплату труда работников в зависимости от уровня образования и стажа, это будет стимулировать людей к получению большего опыта и знаний, что в свою очередь отразится на результате их работы.

ВЛАСЕНКО Ю.С., магістр, НТУ «ХПІ», м. Харків

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ОРГАНІЗАЦІЇ

За сучасних умов господарської діяльності інновація стала рушійною силою економічного, технологічного, політичного, екологічного та соціального розвитку суспільства. Тому інноваціями необхідно управляти. Саме управління інноваційною діяльністю є ключовим елементом, від ефективності якого залежить розвиток суспільства загалом та активізація підприємницької діяльності зокрема. У зв'язку з цим особливого значення набувають проблеми вивчення управління інноваційною діяльністю.

Інноваційна діяльність підприємства, під якою традиційно розуміється діяльність, спрямована на пошук і реалізацію інновацій з метою розширення асортименту та підвищення якості продукції, вдосконалення технології та організації виробництва, є найважливішим джерелом техніко-технологічного розвитку підприємств, обов'язковою умовою збереження його ринкових позицій і інструментом мобілізації його науково-технічного потенціалу при прагненні поліпшити ринкові позиції.

Інноваційна діяльність для економіки підприємства: є чинником конкурентоспроможності продукції; забезпечує ефективність використання виробничих ресурсів; підвищує ступінь адаптивності підприємства до умов

зовнішнього середовища, що змінюються; розширює можливості підприємства по виходу на зовнішні ринки продукції; створює передумови для довгострокової стабільності. Реалізація позначених можливостей припускає створення ефективних систем управління інноваційною діяльністю підприємства.

Із народженням нової ідеї, застосуванням індивідуальних здібностей, активності, цілеспрямованості, особистої праці та професіоналізму вищого рівня управління з'являються об'єктивні і суб'єктивні передумови для розвитку інноваційної діяльності та ефективного його управління.

Управління інноваційною діяльністю передбачає здійснення керівником певних функцій: прогнозування (розроблення прогнозів науково-технічного розвитку на тривалу перспективу), планування (обґрунтування та вибір основних напрямів інноваційної діяльності відповідно до прийнятих прогнозів та цілей розвитку, потенційних можливостей, інноваційного потенціалу підприємства, попиту ринку), організування (забезпечення виконання планових завдань і об'єднання працівників, які спільно реалізують інноваційні плани, програми, проекти на основі відповідних правил і процедур), мотивування (спонукання працівників до зацікавленості у результатах своєї праці зі створення та реалізації інновацій), контролювання (перевірка організації інноваційного процесу, плану виконання створення новинок та реалізації інновацій), орієнтуючись на них, здійснюється діяльність відповідних підрозділів.

З метою забезпечення ефективності реалізації зазначених функцій необхідно приділити окрему увагу формуванню ресурсів підприємства. Так, у ролі основних стратегічних ресурсів підприємства, які необхідні для здійснення інноваційної діяльності через функції, можна виділити: інформаційні, матеріальні, фінансові, технологічні та енергетичні.

Від того, наскільки сприятливими будуть на підприємстві умови для реалізації інтелектуального, креативного потенціалу працівників, залежить

отримання якісних і кількісних нововведень. Не викликає сумніву той факт, що управління інноваційною діяльністю являє собою складний процес. Опанування ним є передумовою радикальних зрушень, що, своєю чергою, приведе до підвищення активності впровадження підприємством соціальних, економічних та технологічних нововведень.

Отже, розуміння менеджерами сутності та схеми здійснення управління інноваційною діяльністю сприятиме збільшенню ефективності й результативності інноваційних процесів підприємства, що, своєю чергою, приведе до підвищення активності впровадження підприємствами різного роду нововведень.

ГОФШТЕЙН Е.И., магістрант, г.Харьков, НТУ «ХПИ»

КАК ПРАВИЛЬНО РАССТАТЬСЯ С СОТРУДНИКОМ

В работе директора бывают ситуации, когда даже в самой идеально подобранной команде встречается слабое звено. Имеется в виду сотрудники, переставшие удовлетворять главным целям компании. Тогда формируется осознание — с сотрудником необходимо расстаться. Существует два варианта расставания с сотрудником: увольнение «по-хорошему» и увольнение «по-плохому».

Увольнение сотрудника — это всегда стресс, как для увольняемого, так и для того, кто его увольняет. Поэтому прежде всего необходимо однозначно и прямо ответить себе на следующие вопросы: Действительно ли этого специалиста необходимо уволить; является ли причиной увольнения объективно неудовлетворительная работа сотрудника или личная неприязнь?

В современной практике для оценки персонала используют так называемый «ongoing performance measurement» (непрерывная оценка персонала). Этот подход подразумевает оценку качества работы сотрудника не раз в год, а постоянно. Так, к примеру, у руководителя есть файл, куда регулярно заносятся примеры того, как сотрудник проявил себя на работе.

Имея такую подробную информацию, отражающую действительность, проще объективно оценить сотрудника. Эта информация также будет достаточно наглядной и для беседы с сотрудником, чтобы явно продемонстрировать причину увольнения.

Если ваши ответы на вышеприведенные вопросы однозначно говорят в пользу увольнения — действовать надо незамедлительно. Так будет лучше и для компании, и для сотрудника. Как пройдет процесс увольнения, «по-хорошему» или «по-плохому»? Это во многом зависит от правильного в психологическом плане подхода администрации к процессу увольнения. Основные действия для увольнения «по-хорошему» таковы:

- Своевременность — неудовлетворенность руководителя никогда не проходит незамеченной. Поэтому если у сотрудника начали появляться подозрения, что с ним хотят расстаться, не надо затягивать этот процесс.
- Возможность предоставить рекомендации или «отступные» — очень важный пункт. Ведь помимо тех недостатков, которые привели к увольнению, у любого человека есть и положительные качества, о которых стоит упомянуть.

Как правило, выполнение описанных выше советов приводит к тому, что при беседе удастся убедить сотрудника написать заявление «по собственному желанию» — то есть вызвать понимание, что дальнейшее сотрудничество невозможно и необходимо расстаться.

Однако предположим, что договориться «по-хорошему» не удалось. Тогда вся надежда на Трудовой кодекс. По законодательству есть много способов уволить сотрудника за опоздания, прогулы, неисполнение трудовых обязанностей. Но все это можно оспорить в судебном порядке, а подобные пятна на репутации компании не нужны никому.

«По-плохому», как правило, срабатывают следующие варианты:

- объяснение сотруднику, чем чревато его нежелание расстаться «по-хорошему», — для этого можно использовать и службу управления

персоналом, и службу экономической безопасности, но важно не переборщить и не опускаться до угроз;

- работа по правилам — в этом варианте контролируется каждый шаг сотрудника на предмет выполнения им всех правил трудового распорядка, должностных инструкций и так далее.

В заключение хотелось бы отметить — при «плохом» расставании важно не допустить разрастания конфликта, порой пойти на компромисс и, возможно, договориться о финансовой выплате — этим самым вы сэкономите себе не только нервы и другие ресурсы, потраченные на «уход» такого сотрудника.

ГУЦАН А.Н., асс., НТУ «ХПИ», Харьков

ИСТОРИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ НАУЧНЫХ ВЗГЛЯДОВ НА МОТИВАЦИЮ

На сегодняшний момент мотивация персонала является одним из ключевых элементов успешного развития современного предприятия. Мотивация – одно из древнейших понятий экономической науки. Изучение исторических вех развития является чрезвычайно важным для комплексного понимания мотивационного процесса и динамики его развития.

Ещё Аристотель, около 330 до н. э., определял мотивацию человека, как совокупность 12 мотивов-целей в жизни, которые движут деятельность человека. Ими являлись: удовольствие, уверенность, величие и накопление, честь и амбиции, искренность, беседа, терпение, правота и уверенность, социальный контакт. Аристотель связал мотивацию любых действий с удовлетворением, в большей мере, вторичных потребностей человека, нежели первичных (согласно классификации А. Маслоу).

Декарт так же утверждал, что на человека влияют определённые мотивы, которых он выделил всего шесть. Это: любовь и любопытство, радость и грусть, ненависть и желание. В отличие от Аристотеля он полностью

направил мотив на внутренние, субъективные чувства человека, при этом он полностью отказался от внешнего воздействия на мотивацию человека.

Изучению мотивация так же подверглась со стороны А. Смита, который во главу угла для человека поставил единственный интерес и стимул – экономический, получение максимальной выгоды.

Серьёзное влияние на историческое развитие мотивации оказали и отечественные учёные. М. Вольский считал необходимым улучшать физические, моральное и интеллектуальное условия существования человека. Г. Туган-Барановский одним из первых в мире разработал четкую классификацию нужд, выделив пять их групп: 1) физиологические; 2) половые; 3) симптоматичные инстинкты и потребности; 4) альтруистичные; 5) нужды практического характера. Туган-барановский особое значения придавал психологическим чувствам, трудовым традициям, моральным и религиозным взглядам. Он одним из первых делал упор на значимость духовности в развитии экономики.

Особо динамическому развитию мотивация подверглась в XX веке. С исторической точки зрения возможно мотивация прошла следующие этапы развития.

Первый этап связан с появлением «школы научного управления». В её основу было положено четыре принципа: 1) создание научной базы, научное исследование отдельного вида трудового действия; 2) отбор сотрудников на основании научных критериев, их качественное обучение; 3) сотрудничество администрации с сотрудниками; 4) равномерное и справедливое распределение обязанностей (ответственности) между рабочими и менеджерами.

Второй этап в развитии мотивации связан с доктриной «человеческих отношений» (Е. Мейо). В рамках неё, участие рабочих в производстве является не только технико-экономическим процессом с целью получения заработка, а и сложным социально-психологическим явлением которое

подразумевает взаимодействие менеджмента и рабочих, а также наличие и удовлетворение так же наличие нематериальной заинтересованности.

Третий этап формирования мотивации можно датировать 60-70 гг. XX столетия. Представление о мотивации, ее природе, механизмы действия обогатилось тогда многими содержательными, процессуальными теориями мотивации трудовой деятельности.

Четвертый этап в развитии мотивации связан с переосмыслением роли и места человека в производстве. Концепция человеческих ресурсов базируется на понимании работника как главной движущей силы производства. Согласно этой концепции основой работы с кадрами при современных условиях должны быть не просто мотивация к высокопроизводительной работе, а развитие трудового потенциала организации, повышение комплексной мотивации трудовой деятельности.

Самое значительное распространение на современном этапе развития мотивации получили такие концепции: 1) «обогащение содержания труда», 2) «гуманизации труда», 3) «качества трудового жизни», 4) «участия трудящихся».

ЗАМУЛА О.В., аспірант, м. Харків, НТУ «ХПІ»

РОЛЬ І ПРОЦЕДУРА БЮДЖЕТУВАННЯ В ПРОЦЕСІ СТВОРЕННЯ МЕНЕДЖЕРА ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.

Прискорена зміна зовнішнього середовища й умов функціонування промислових підприємств, впровадження інноваційних технологій в трансформаційні й трансакційні процеси вимагає постійного вдосконалення системи управління витратами на пошук інформації, визначення її достовірності, повноти і придатності, а також ефективного використання в господарській діяльності. Формування оптимального й стратегічно виваженого управлінського впливу в цьому напрямку передбачає такий алгоритм дій:

1. Діагностика теперішнього стану промислового підприємства, особливо в частині інформаційно-комунікаційних процесів;
2. Планування рівня споживання інформації із зовнішнього середовища з проходженням процедури контролю її кількісних та якісних характеристик;
3. Прогнозування обсягів внутрішніх комунікацій з урахуванням впровадження сучасних засобів і методів обробки, зберігання та розповсюдження даних;
4. Забезпечення належного рівня кваліфікації персоналу щодо відповідності їх підготовки світовим стандартам, наявності всіх необхідних знань і навичок роботи з інформацією;
5. Визначенням центрів відповідальності в управлінні відповідними витратами на всіх стадіях відтворювального процесу;
6. Ведення належного обліку витрат за допомогою прикладного програмного забезпечення та наявної внутрішньої локальної мережі, тобто менеджера інформаційних ресурсів;
7. Забезпечення оперативного реагування на швидкі зміни ринкової кон'юнктури в межах існуючої процедури бюджетування.

Останній етап потребує глибшого аналізу, адже використання бюджетування як підсистеми управлінського обліку на промислових підприємствах ще не дуже поширене через низку перешкод.

Серед переваг цього напрямку в системі впливу на ефективність споживання саме інформаційних ресурсів слід відзначити комплексність процесів планування, обліку, контролю та аналізу їх використання з визначенням конкретних осіб чи підрозділів, що несуть відповідальність перед керівництвом у межах посадових інструкцій та чинного трудового законодавства за непрофесійні дії чи бездіяльність на всіх стадіях інформаційного процесу.

Також бюджетування стимулює до збільшення дохідної частини бюджету, зростання обсягів продажів промислових виробів з подальшим

покращенням фінансового стану господарюючого суб'єкта через ефективну взаємодію всіх його підрозділів. Водночас до центрів відповідальності можна застосовувати мотиваційні заходи, що будуть базуватися на їх досягненнях у сфері організації інформаційних процесів.

Підсистема бюджетного планування складається із організаційного, обліково-аналітичного та технічного взаємопов'язаних елементів. Інакше кажучи, кожний господарюючий суб'єкт має свою облікову політику і методику аналізу різного роду інформації в межах сформованої організаційної структури і системи відповідальності.

Щодо технічного забезпечення, то на сьогодні ринок програмних продуктів та техніки пропонує значну кількість пропозицій, покликаних сформувати систему відповідальності в управлінні витратами, зокрема інформаційними, об'єднаних під однією назвою – ERP-системи. Але їх застосуванню вітчизняними підприємствами перешкоджають неготовність керівництва до змін, некомпетентність виконавчого персоналу, значна вартість впровадження і використання таких систем, зосередженість на виконанні оперативних планів, а не стратегічних. Тому для застосування менеджера інформаційних ресурсів на промислових підприємствах спочатку треба змінити філософію бізнесу через бюджетування бізнес-процесів.

ИГНАТЬЕВА Ю.И., студентка, г. Харьков, НТУ «ХПИ»

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ПОДХОД – УЧЕТ ИНТЕРЕСОВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Функциональный подход (функционально-стоимостной анализ) (Лоуренс Д. Майлс, Влчек Р., Моисеева Н.К., Анискин Ю.П., Кибанов А.Я.). В основе данной методологии лежит подход анализа стоимости, исследование отношения результата (дохода, прибыли) к затратам. Данная методология базируется на функциональном подходе. Из характеристики функционального подхода вытекает, что данный подход является

методологическим инструментом обновления объекта управления путем либо его совершенствования, либо новой разработки. Цель функционально-стоимостного анализа состоит в достижении оптимальной степени полезности (функциональности) изделий (процесса) при низких затратах, в частности отношение достигнутой пользы к затратам, необходимым для достижения этой пользы. Методология функционально-стоимостного анализа может быть использована в качестве целенаправленного процесса управления инновационной активностью организации. Главной сложностью проведения данного анализа является наличие активного творческого мышления, независимости суждений и высокой квалификации специалистов, использующих данную методологию.

Функциональный подход позволяет проводить экономический анализ конструкций и технологии изготовления приборов и оборудования с точки зрения интересов потребителя. Потребителя, в свою очередь, интересуют не предметы и изделия как таковые, а выполняемые ими функции. С помощью функционального подхода можно более систематизировано и логично оценить, связи в таких системных процессах, как повышение эффективности производства, внедрение новой техники и технологии, специализация и кооперирование предприятий, техническое перевооружение производства и др.

Центральное понятие ФСА - понятие функций: внешнее проявление свойств объекта в рассматриваемой системе отношений, т.е. в определенной, конкретной предполагаемой или сложившейся обстановке. Как известно, совокупность полезных свойств изделия. определяет его потребительную стоимость. Только на эти полезные свойства обращается внимание потребителя. Отсюда и связь функционально-стоимостного анализа с потребительной стоимостью. Потребительная стоимость может определяться одним или несколькими свойствами. Например, главное потребительское свойство точечной сварки - жесткое соединение. Сложное современное

оборудование, радиоэлектронная аппаратура (РЭА) могут иметь десятки и сотни разнообразных потребительских свойств. Кроме непосредственно интересующих потребителя рабочих свойств каждое изделие имеет эстетические (форма, окраска), физиологические (шумность, температура, запах, вибрация и т. д.) и прочие объективные свойства. К прочим обычно относятся свойства изделий, не требующиеся конкретному потребителю в рассматриваемых условиях. В соответствии с разделением потребительских свойств изделий на рабочие, эстетические, физиологические и прочие выделяются главные и второстепенные функции рассматриваемых объектов. Среди второстепенных функций, связанных с эстетическими, физиологическими и прочими свойствами изделий, и сосредоточена основная часть излишних затрат, которые требуется выявить и устранить. Однако среди прочих свойств можно найти такие, которые при определенных условиях позволяют удовлетворять соответствующие потребности без дополнительных затрат. Для сложных производственно-экономических систем экономически целесообразно вместо устранения излишних функций находить пути их рационального использования с помощью специализации производства. Этот вопрос требует для решения обоснованной экономической оценки. В ряде работ, посвященных ФСА, потребительная стоимость определяется более широко, с учетом условий функционирования систем. При этом выделяются такие факторы потребительной стоимости, как внешние условия функционирования, параметры назначения, функциональные и параметрические резервы, режим функционирования. Такой подход позволяет повысить уровень системности при проведении ФСА, обратить особое внимание на третью группу системных признаков объекта - признаки поведения, функционирования. Расширительное понимание потребительной стоимости позволяет в большей мере учесть при анализе воздействие внешней среды на рассматриваемую систему. Объективное исследование производственно-экономических систем

и сложных экономических процессов возможно лишь при глубоком анализе внешних условий функционирования.

Список литературы: 1. <http://festival.1september.ru/articles/502731/> 2. Р.А.Фатхутдинов. Система менеджмента: учебно-практическое пособие — М.: «Бизнес- школа «Интел-Синтез», 1997, с. 55 – 56 3. Белокоровин Э.А., Маслов Д.В. Малый бизнес: пути развития. – Архангельск: М'арт, 2003. – С. 110-118, 194. 4. <http://www.klerk.ru/> 5. <http://www.kapr.ru/> 6. Дойль П. Менеджмент. Стратегия и тактика. — С.-Петербург: изд. Питер, 1999.

КОЛОВА С.А.

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ТАКТИЧНОЇ ТА СТРАТЕГІЧНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах ринкової економіки у підприємства виникає необхідність свідомого управління змінами на основі науково обґрунтованої процедури: передбачення, регулювання, пристосування до умов, що змінюються. Перед підприємством встає актуальна задача не тільки визначати свою конкурентоспроможність в даний час і своєчасно реагувати на зміни, але і визначати свою майбутню конкурентоспроможність. У зв'язку з цим слід розрізняти тактичну конкурентоспроможність підприємства і стратегічну конкурентоспроможність.

Тактична конкурентоспроможність підприємства – здатність підприємства витримувати конкуренцію на ринку в даний період часу. Її оцінка може проводитися методом, запропонованим Р.А. Фатхудіновим. При оцінці повинні бути враховані конкурентоспроможність кожного виду товару чи послуги на певному ринку в загальному об'ємі продажів підприємства; значущість даного ринку, на якому продається даний вид товару чи послуги. тому конкуренція між підприємствами на ринку відбувається на рівні товарів чи послуг підприємства, задовольняючих одну і ту ж потребу споживача.

Результати оцінки конкурентоспроможності продукції в тактичній конкурентоспроможності підприємства можуть використовуватися при прийнятті управлінських рішень на тактичному рівні.

Під стратегічною конкурентоспроможністю розуміється здатність підприємства витримувати конкуренцію, як в даний час, так і на тривалому періоді свого функціонування. Стратегічна конкурентоспроможність підприємства характеризує здатність підприємства ефективно конкурувати на ринку, використовуючи наявні конкурентні переваги, утримуючи їх і створюючи нові в перспективі.

Оцінку тактичної і стратегічної конкурентоспроможності підприємства здійснюють на основі ряду принципів, серед яких слід особливо виділити принцип комплексності і системності. Оцінка повинна здійснюватися з дотриманням принципу комплексності – враховувати соціальний, духовний, екологічний, політичний, технічний, економічний розвиток підприємства. Системний підхід передбачає наявність трьох найважливіших складових: управляючої підсистеми (суб'єкт управління), керованої підсистеми (об'єкт управління) і зовнішнього середовища. Повинен дотримуватися принцип нормування і моніторингу конкретних чинників переваг конкретних об'єктів.

На тактичну конкурентоспроможність і на стратегічну конкурентоспроможність впливають різні чинники. Зовнішні і внутрішні, які визначають конкурентоспроможність товарів чи послуг підприємства в даний момент часу, є тактичними чинниками. Зовнішні і внутрішні чинники, що впливають на створення стійких конкурентних переваг і які обумовлюють конкурентоспроможність підприємства в майбутньому є стратегічними чинниками.

При оцінці стратегічної конкурентоспроможності підприємства доцільно використовувати підхід на основі нечіткої логіки, який дозволяє формувати модель не тільки з можливістю налагодження її на кількісні і якісні

показники конкретного підприємства, але і з урахуванням специфіки країни, галузі, періоду часу.

Пропонуємо використовувати наступні градації рівня конкурентостійкості підприємства: низький рівень, середній рівень, високий рівень. Комплексними складовими внутрішньої стратегічної конкурентоспроможності є адаптивність системи маркетингу, адаптивність виробничої системи, адаптивність кадрів, ефективність фінансової і інвестиційної діяльності, якість управління, рівень соціальної відповідальності; зовнішньої стратегічної конкурентоспроможності: тиск постачальників (посередників), тиск споживачів, рівень конкурентного тиску, рівень НТП.

МАМБЕТКУЛОВА О.П., студентка, **КУЛИНЯК І.Я.**, асистент,
Національний університет “Львівська політехніка”

SKYPE ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЗАСІБ КОМУНІКАЦІЙ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

Однією з найпоширеніших новин у всесвітній мережі за 2011 рік була інформація про можливе придбання Skype корпорацією Microsoft. Після цього багатьох цікавить, яка ж доля чекає на найпопулярнішу віртуальну комунікаційну систему та її користувачів.

Наведемо можливі варіанти розвитку подій.

Отже, Skype – це приватне програмне забезпечення для Інтернет-телефонії VoIP, створене двома підприємцями Нікласом Зеннстрьомом та Янусом Фріїсом. Користувачі Skype по суті роблять телефонні виклики і відеовиклики через свій комп'ютер, використовуючи дане програмне забезпечення та Інтернет [1].

Адже сьогодні Skype корисний не тільки можливістю безкоштовного спілкування між звичайними користувачами; це повноцінний комунікаційний центр, що включає безліч сервісів і дозволяє найбільш

ефективно використовувати сучасні засоби зв'язку як для приватної, домашньої, так і для корпоративної роботи.

Зокрема, усім відомо, що Skype використовують у сфері бізнесу для відеозв'язку учасників компаній, корпорацій, фірм, для нарад з інвесторами, представлення нових проектів іноземним співвласникам, співбесід, конференцій з представниками різних структур і т. д.

Тому важливо приблизно визначитись, чого чекати від зміни власника найвідомішого проекту на ринку телефонії. Ось найважливіші моменти, яким передбачають зміни:

- ✓ вартість стандартних послуг (дзвінків, відеовикликів, конференцій, що до цього були безплатними);

- ✓ безпека і захист потоку інформації.

Оскільки, багато організацій та корпорацій використовують Skype для зв'язку на робочих зустрічах, конференціях чи презентаціях, то зміна власника майже-монополіста на ринку Інтернет-телефонії на найбільшу корпорацію у своїй сфері, також передбачає певні зміни у подальшому функціонуванні. Зокрема, за даними багатьох дослідників, очікується перехід безплатних послуг у ряд платних, що більшою мірою відобразиться на звичайних користувачах, чим на організаціях-споживачах. Адже, для значних корпорацій для вигоди справи це не буде значним навантаженням, оскільки Skype замінити майже неможливо, оскільки хоч і існують інші програми-замінники, вони не такі поширені, щоб їх було зручно й вигідно використовувати [2].

Іншим питанням є надійність системи, що надзвичайно важлива у сфері бізнесу ринкової економіки, де конкуренція переходить всі межі дозволених. Представники Gartner розкритикували систему захисту інформації під час зв'язку. Проте одне залишається незмінним – розмову практично неможливо прослухати. Так, ведеться певний моніторинг з точки зору безпеки, але витоку приватної інформації це не сприяє [3].

Таким чином, Skype був і залишається провідним лідером систем комунікацій. Тим не менше, першокласний лідер має відповідати всім очікуваним вимогам і параметрам, тому програмі ще слід підсилити захисний бар'єр, щоб уникнути зменшення рівня довіри та втрати лідерських позицій.

Список літератури: 1. Skype [електронний ресурс] / Матеріал з Вікіпедії — вільної енциклопедії. — Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Skype>. 2. Эксперты: Skype станет платным? [електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.internetua.com/eksperti--Skype-stanet-platnim>. 3. Gartner: Skype опасен для бизнеса [електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.cnews.ru/news/top/index.shtml?2006/05/31/202573>.

НІЗОВЕЦЬ В.В., студент, **ПУЧКОВА С.І.**, к.е.н., доцент Одеський національний економічний університет

АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ

В умовах, що склалися в Україні на нинішньому етапі її розвитку, проблема мотивації особистості набула важливого значення, оскільки вирішення завдань, які стоять перед суспільством, можливе лише за умови створення належної мотиваційної основи, здатної спонукати персонал підприємств до ефективної діяльності. Мова йде про застосування таких форм і методів стимулювання особистості, які б сприяли високій результативності її роботи.

Звідси виникає об'єктивна необхідність створення обґрунтованого механізму мотивації праці персоналу підприємств, який би зміг за допомогою дійових важелів і стимулів підвищити зацікавленість працівників продуктивно і якісно працювати, сприяти підвищенню їх конкурентоспроможності, забезпечити якісне оновлення трудового потенціалу.

Проблемам мотивації праці присвятили свої наукові роботи такі відомі вчені минулого та сучасності, як К. Альдефер, В. Врум, Ф. Герцберг, Д.

МакГрегор, Д. Мак-Клелланд, А. Маслоу, Е. Мейо, М. Мескон та ін. Серед вітчизняних науковців вагомий внесок у розвиток проблеми мотивації праці персоналу зробили В. Абрамов, Д. Богиня, В. Данюк, В. Гриньова, О. Грішнова, Г. Дмитренко, М. Дороніна, О. Єськов, Й. Завадський, Т. Завіновська, М. Карлін, А. Колот, В. Пономаренко, О. Пушкар, Л. Червинська та ін.

В теоретичному плані мотивація поведінки людини – дуже складний і багато в чому не вивчений феномен. Існує безліч визначень мотивації.

Кібанов А.Я. розглядає мотивацію як процес свідомого вибору особою того або іншого типу поведінки, яка визначається комплексною дією зовнішніх (стимули) і внутрішніх (мотиви) чинників [1, с.337].

Віханський О. С. пропонує наступне визначення: «Мотивація людини до діяльності розуміється як сукупність рушійних сил, які спонукають людину до здійснення певних дій» [2, с.124].

На думку Весніна В. Р., мотивація включає внутрішній стан людини, і те, що знаходиться зовні нього, визначене як стимул або задача [3, с. 304].

Цветаєв В. М. розглядає мотивацію як процес активізації мотивів працівників і створення стимулів для спонукання їх до ефективної праці.

В роботі Мескона М., мотивація визначається як процес спонукання працівників до діяльності для досягнення цілей організації.

Таким чином, узагальнюючи різні підходи, можна визначити, що мотивація є процесом спонукання людини до діяльності за допомогою комплексної дії зовнішніх і внутрішніх чинників для досягнення мети організації.

Найпоширенішим чинником, який на сьогодні використовують власники українських підприємств в мотивації, є фінансовий. Вважається, що даний елемент є найголовнішим і має задовольняти потреби працівника.

Реформування економіки України в кризових умовах соціально-економічного розвитку супроводжувалось значним зниженням реальної заробітної плати та доходів населення. Доведено, що існуючий рівень зарплати не забезпечує нормального відтворення робочої сили. Тому в структурі факторів мотивації трудової поведінки в Україні переважають матеріальні, особливо оплата праці. Висока мотиваційна дія заробітної плати пояснюється тим, що через її механізм забезпечується першочергово необхідні для нормальної життєдіяльності людини потреби, які нині ще не достатньо задовольняються.

Відчутне зростання заробітної плати можна забезпечити за рахунок підвищення продуктивності праці, економії її матеріальних ресурсів і скорочення непродуктивних витрат виробництва. Досвід показує, що середній рівень заробітної плати приблизно відповідає ефективності і продуктивності праці в країні. Однак просте встановлення співвідношення темпів зростання продуктивності праці і заробітної плати може і не спрацювати в сучасних ринкових умовах. Тому для посилення цього зв'язку необхідно переходити до ринкової системи оцінки і оплати праці. Важливо жорстко пов'язати фонд оплати праці з обсягами реалізованої продукції і виручкою, яка поступає від її продажу, тобто оплату праці слід поставити в залежність від підсумків роботи підприємства[4, с. 6-10].

До основних сучасних тенденцій в сфері оплати праці належать:

1. збільшення частки почасової оплати в загальному фонді заробітної плати;
2. створення нових моделей заробітної плати, наприклад безтарифної системи оплати, що базується на частковому розподілі зароблених коштів, призначених для винагородження працівника за певними критеріями, а саме:
 - ❖ кваліфікація та ділові якості працівника,
 - ❖ коефіцієнт трудової участі як узагальнююча оцінка реального внеску кожного працівника в результати колективної праці,

- ❖ ступінь виконання запланованих завдань,
- ❖ кількість відпрацьованих годин [5, с.12].

Оптимальною для конкретного підприємства буде система оплата праці, що:

- була ретельно розроблена з урахуванням потреб організації та її працівників;
- передбачає відповідальність на всіх рівнях серед керівників і співробітників;
- розроблена, встановлена і підтримується за участі представників працівників.

Відомо, що застосування гнучких систем оплати праці на багатьох підприємствах дозволило значно підвищити продуктивність праці працівників, що сприяло збільшенню прибутку підприємства і, відповідно, заробітної плати працівників. Але внесок кожного окремого працівника в одержання доходів підприємства за певний звітний період часу буде різним. Тому одне з головних завдань керівників підприємства полягає в тому, щоб розподілити як запланований, так і додатковий фонди оплати праці між усіма працівниками підприємства відповідно до фактичної ефективності їхньої праці.

Мотивуюча сила заробітку на українських підприємствах зростатиме за умов оптимізації зусиль з боку керівників. До найсприятливіших заходів та дій необхідно віднести:

- 1) покращення трудової дисципліни та організації праці, нормування праці через своєчасність та виваженість перегляду виробничих норм та нормативів;
- 2) зміну структури коштів і витрат виробництва через запровадження режиму підвищеної економії та ресурсозберігаючих технологій на користь оплати живої праці;

3) підвищення трудової кваліфікації працівників, обґрунтоване зменшення їх надлишкової чисельності;

4) гнучке використання: надбавок за складність і напруженість праці; премій за економію ресурсів, інновації та раціоналізаторство; винагород за підсумками кварталу, півріччя і року;

5) введення показників залежності розмірів заробітної плати від оцінки особистого внеску та ділових якостей конкретного працівника (коефіцієнтів трудової участі) тощо.

Список літератури: 1.Колот А.М. Мотивація персоналу: Підручник. – К.:КНЕУ, 2008. – 337 с. 2.Градов А.П. Экономическая стратегия фирмы. – СПб.: Социальная литература, 2009. – 124 с. 3.Виноградський М.Д., Беляєва С.В., Виноградська А.М., Шканова О.М. Управління персоналом: Навч. посіб. - К.: Центр навчальної літератури, 2009. - 504 с. 4.Рябоконь В.П. Адаптація системи мотивації праці до умов ринку // Фінанси України. – 2011. – № 5. – С.6-10. 5.Лагутін В. Реформа оплати праці стимулюючого типу: необхідність і перспективи // Україна: аспекти праці. – 2009. – № 7. – С.12.

ПЕДОРІЧ Т.А., магістрант, м. Харків, НТУ «ХПІ»

ІННОВАЦІЇ ЯК НАПРЯМ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах загального прискорення науково-технічного прогресу, глобалізації та інтернаціоналізації ринку, посилення конкуренції, що супроводжується скороченням термінів дії конкурентних переваг інноваційність стає ключовим фактором успіху. Головну ціль інноваційної діяльності підприємств або організацій можна позначити як отримання певного числа інновацій у вигляді нової продукції, технологій, сировини, методів організації і управління, що володіють певними характеристиками.

Інновації як результат інноваційної діяльності, з одного боку, повинні бути орієнтовані на краще, більш повне задоволення запитів споживачів, а з

іншого – на отримання певного економічного ефекту у вигляді прибутку для підприємств, що ініціюють їх розробку і упровадження.

Аналіз інноваційної діяльності в багатьох країнах світу свідчить, що в більшості випадків невеликі фірми більшою мірою здатні до новацій особливо радикального характеру, насамперед у галузях з високими темпами технічного прогресу. Такі форми досягають найвищої питомої віддачі витрат на наукові дослідження й розробки, ніж великі.

Кожне підприємство повинно прагнути до формування відповідного інноваційного потенціалу, під яким розуміють здатність забезпечувати виробничі процеси новими технікою, технологією та спроможністю випускати нові товари (послуги). Для постійного відновлення інноваційного потенціалу слід здійснювати безперервний моніторинг інноваційної діяльності як в межах підприємства, так і на рівні галузі, регіону, країни.

Оцінка інноваційного потенціалу є надзвичайно складною проблемою. Вона поглиблюється через складний механізм розрахунку доцільності втілення тієї чи іншої інноваційної ідеї. Але на сучасному етапі розвитку економічної науки існують досить результативні методики оцінки перспективності здійснення інноваційних проектів.

Аналіз зовнішніх і внутрішніх умов функціонування підприємства показує, що існує ряд факторів, які впливають на підвищення виробничих витрат. До них відносять погіршення якості ресурсної бази, зростаючі вимоги до екологічної безпеки, діючу систему обліку витрат. Найвпливовішим з них є незадовільна забезпеченість ресурсами. Перед кожним підприємством виникає завдання щодо якісного збереження приросту запасів та ефективного їх використання. Іншим вирішальним фактором підвищення конкурентоспроможності підприємства є збільшення частки ринку збуту продукції. Ця проблема звужується, якщо воно використовує інновації, які скорочують виробничі витрати за моно продуктовими бізнес-лініями, а також інновації в сфері маркетингу і збуту.

Сприятливі зовнішні умови сталого соціально-економічного розвитку господарюючого суб'єкта на основі інноваційного оновлення можна забезпечити шляхом розвитку інноваційної інфраструктури, у тому числі удосконалення нормативно-правової бази щодо регулювання інноваційної діяльності; стимулювання інноваційної діяльності промислових підприємств; забезпечення державної підтримки реалізації пріоритетних інноваційних проектів; впровадження механізмів стимулювання інвестування інноваційної діяльності.

Список використаної літератури: 1. Василенко В.А. Стратегии и инновации в системе менеджмента: уч.пос./В.А. Василенко, И.Е. Мельник. – М.: МГИУ, 2001. – 418 с. 2. Ганущак Л.М, Інформаційне забезпечення управління розвитком інноваційного потенціалу державних підприємств/ Л.М. Ганущак// Актуальні проблеми економіки. – 2006. – №10. – с. 37 - 42. 3. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком: навч. посібник/ С.М. Ілляшенко. – Суми: ВДТ «Університетська книга», 2003. – 250 с.

ПЕТРАЩАК О.О., здобувач , Буковинська державна фінансова академія
**ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ БАЗОВИХ СТРАТЕГІЙ
УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА МЕБЛЕВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

В умовах невизначеності ринкової економіки та динамічності змін зовнішнього середовища перед керівниками підприємств стоїть завдання трансформувати трудові відносини. Через значну мобільність ринку праці та швидку зміну попиту на різні види праці, відсутня стабільність, тому ускладнюється планування та прогнозування діяльності. Крім того, змінилась сутність управління – перехід від авторитарних, адміністративних методів до методів партнерства та співробітництва.

Також більшість західних компаній віддають перевагу спрощенню структури організації через зменшення рівнів структурної ієрархії, тому скорочують кількість менеджерів середньої ланки. Ще одна тенденція

сучасної теорії та практики управління персоналом – відсутність чіткої географічної межі підприємства.

Жодному підприємству не достатньо просто мати кваліфікованих працівників, а необхідні такі працівники, які зорієнтовані на постійний розвиток та професійне навчання.

Система мотивації кожного підприємства повинна бути унікальною, відпрацьовуватись в залежності від виявлення внутрішніх мотивів та зовнішніх стимулів працівників, специфіки галузі, особливості діяльності та наявних ресурсів.

Проведене дослідження меблевої галузі Чернівецької області показало, що найбільш типовою є практика, коли плани по штатному розпису отримуються від керівництва та управління персоналом взагалі не узгоджено із загальною стратегією підприємств. Основні причини вищеописаної проблеми, які ми виявили є:

1. Не всі підприємства меблевої галузі Чернівецької області мають чітко сформульовані стратегічні плани.
2. Відсутні об'єктивні критерії оцінки ефективності використання методів та інструментів управління персоналом, що пов'язано із тим, що людський фактор важко виміряти у кількісних показниках.
3. Вище керівництво підприємств недооцінює необхідність стратегічного управління персоналом.
4. Доведення планів по управлінню, розвитку персоналу “з верху”, що призводить до неузгодженості планів із можливостями та об'єктивними потребами.

Проведений аналіз стану стратегічного управління на підприємствах меблевої галузі області та сучасних наукових публікацій, показав, що дієвими заходами, які забезпечать реалізацію стратегії є: визнання необхідності існування стратегії управління персоналом, залучення до стратегічного планування керівників функціональних підрозділів та

спеціалістів, забезпечення до реалізації стратегії всіх працівників підприємства, що є типовою практикою західних компаній.

Також варто проводити роз'яснювальну роботу із трудовим колективом, адже часто причиною неефективної реалізації стратегії стає опір змінам, які чинять самі працівники. А сучасні наукові публікації говорять про значущий вплив синергії. Такі поняття як не лінійність і відкритість, самоорганізація і самоуправління, альтернативність шляхів найчастіше є складовими трудових технологій.

Стало очевидним, що складно організованим системам, якими і є підприємства, існує кілька альтернативних шляхів розвитку, і результативність господарської діяльності залежить від узгоджених дій як управлінського, так і основного персоналу.

В залежності від того, які цілі має підприємство меблевої галузі, та на якій стадії життєвого циклу воно перебуває, може використати наступні стратегії управління персоналом: стратегія підприємництва, стратегія динамічного зростання, стратегія доходності, стратегія ліквідації, стратегія різкої зміни курсу. Результати представлені в табл.

Таблиця - Реалізація функцій управління персоналом при використанні базових стратегій

Стратегія управління персоналом	Функція управління персоналом			
	Планування	Організація	Управління	Розвиток
Стратегія підприємництва	Пошук спеціалістів з конкретною компетенцією	Мінімальна кількість персоналу Ротація	Індивідуальна система оплати праці	Довгостроковий план підготовки кадрів
Стратегія динамічного зростання	Пошук спеціалістів з універсальною компетенцією	Спрямованість на взаємозамінність працівників	Оплата праці тісно пов'язана із результатами	Постійне підвищення кваліфікації
Стратегія доходності	Пошук спеціалістів на конкретну посаду	Регламентация господарської діяльності	Система премій та штрафів	Підтримка кваліфікації

Стратегія ліквідності	Оптимізація чисельності працюючих	Мінімальна кількість персоналу Ротація	Оплата праці тісно пов'язана із результатами	Підтримка кваліфікації
Стратегія зміни курсу	Оптимізація чисельності працюючих	Спрямованість на взаємозамінність працівників	Дієва система мотивації, прив'язаність до результатів	Постійне підвищення кваліфікації

Таким чином, сьогодні не існує єдиного алгоритму для створення стратегії управління персоналом, проте, на нашу думку, основні складові такої стратегії: кваліфікована робоча сила, гнучкість організації праці, ефективний менеджмент, дієва система мотивації праці та безперервний розвиток персоналу. Необхідно все стратегічне планування звести до реалізації чотирьох основних функцій: планування, організації, управління та розвитку. А найбільш прийнятними стратегіями управління персоналом для підприємств меблевої галузі є стратегія динамічного зростання та стратегія зміни курсу.

ПОБЕРЕЖНИЙ Д.О., магістрант, НТУ «ХП», Харків

ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Тисячоліттями першочерговою потребою людини було задоволення найнеобхідніших матеріальних потреб. Згодом людина стала працювати, щоб задовольняти різноманітні потреби не лише матеріального характеру.

На початку нового століття людина працює не тільки й не стільки для задоволення першочергових матеріальних інтересів, скільки для комплексного забезпечення широкого кола потреб соціального, культурного, духовного характеру.

За оцінкою спеціалістів у сфері менеджменту персоналу, нині в країнах з розвинутою економікою не більше 45% найманих працівників у структурі мотивів першість віддають матеріальній винагороді. При цьому за останні роки частка тих, хто віддає перевагу нематеріальним мотивам, різко зросла.

Постійні зміни в структурі, ієрархії мотивів слід розглядати як об'єктивну закономірність, властиву сучасним економічним системам. До чинників трансформаційних процесів, що відбуваються в мотивації трудової діяльності, належать: зміни в структурі та якості сукупної робочої сили; зміни у змісті праці; зміни в матеріальному стані найманих працівників і в цілому в якості їхнього життя; вичерпання резервів підвищення ефективності праці за рахунок фізичних можливостей людини.

Реакцією на зміни в структурі мотивів та їхньої ієрархії стало виникнення концепцій під назвами теорій «якості трудового життя», «збагачення змісту праці», «гуманізації праці», «співучасті» трудящих, декларують необхідність нових підходів до підвищення соціальної та виробничої активності працівників.

Аналіз літератури показав, що усі методи мотивації умовно можна розділити на економічні та неекономічні методи; останні, в свою чергу поділяються на організаційні та моральні. Однак, на практиці усі вони тісно пов'язані, взаємообумовлені та найчастіше плавно переходять один у інший.

Гроші - це найбільш очевидний спосіб, яким організація може винагородити співробітників. Було встановлено, що тільки при наявності певних умов ріст зарплати стимулює підвищення продуктивності праці.

Перша з умов полягає в тому, що люди повинні надавати зарплаті велике значення. Друга умова передбачає, що люди повинні вірити в існування чіткого зв'язку між зарплатою й продуктивністю, і конкретно в те, що збільшення продуктивності обов'язково приведе до росту зарплати. Очевидно, що для персоналу бажана наявність зв'язку між зарплатою й трудовими результатами, що досягають.

Якщо розглядати неекономічні методи мотивації, можна зауважити, що до організаційних методів відноситься мотивація цілями, збагаченням праці, участю в справах підприємства.

На перший погляд, вивчення особливостей мотивації працівників свого

підприємства, розробка заходів стимулювання для забезпечення максимальної ефективності роботи відділів, підрозділів та підприємства в цілому для менеджерів та керівників здається простою та очевидною справою.

Однак, на практиці, вплив на мотивацію персоналу є більш складною задачею, чим це може здатися. Для того, щоб зменшити проблеми, які можуть перешкодити впровадженню нових стимулюючих та мотиваційних заходів на підприємстві необхідно, на наш погляд, постійно проводити оцінку ефективності цих заходів та мати зворотний зв'язок з працівниками.

Дуже складно виявити мотивуючі фактори, які гарантовано будуть впливати на того чи іншого працівника, однак на практиці менеджери по управлінню персоналом проводять постійну роботу по виявленню цих факторів, по складанню рекомендацій по формуванню та впровадженню мотиваційних заходів на підприємстві.

Практична функція мотивації полягає в підборі різних способів та методів ефективного впливу на персонал в цілях орієнтації на результативну діяльність з урахуванням мотиваційних установок працівників та їх професійного та особистого потенціалу.

РАССОХА А.О., магістр, НТУ «ХПІ», м. Харків

УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В умовах ринкових відносин розвиток трудового потенціалу працівників підприємства стає неодмінною умовою завоювання стійких і лідируючих позицій на ринку. Ефективність управління трудовим потенціалом організації безпосередньо впливає на її конкурентні можливості і є однією з найважливіших сфер створення конкурентних переваг.

У сучасних економічних умовах питання трудового потенціалу організації стає особливо актуальним. Останнім часом спостерігається тенденція не тільки перегляду ставлення до культури організації, а й

прагнення використовувати її як інструмент підвищення ефективності виробництва і управління. Існуючі в даний час теоретико-методологічні підходи [1,2 та ін.] до розвитку персоналу в основному засновані на визначенні потреби в навчанні, розробці та обґрунтуванні програм навчання, мотивації, стимулювання і формування кадрового резерву. Нові умови господарювання, динамізм і невизначеність зовнішнього середовища, зміна мотивації і ціннісних установок працівників диктують необхідність перегляду традиційних підходів до управління, які спираються на так звані «жорсткі» інструменти регулювання трудової поведінки, мотивації і підвищення продуктивності праці. У зв'язку з цим актуальним є розробка і практичне застосування «м'яких» інструментів, які спираються на соціально-психологічні чинники і виражаються через культуру організації.

Мета даного дослідження полягає в розробці методологічних основ і науково-практичних рекомендацій з управління трудовим потенціалом працівників на основі вивчення ситуації культури організації та її зміни в умовах стратегічного менеджменту.

Поставлена мета зумовила необхідність вирішення наступних завдань:

1. Дослідити структуру трудового потенціалу працівника і змістовне наповнення його елементів, а також факторів, що визначають ефективність його формування.

2. Дослідити сутність культури організації, її вплив на ефективність функціонування організації та розробити методичні положення з проведення діагностики культури.

3. Виявити особливості взаємодії трудового потенціалу та культури організації в умовах оперативного і стратегічного управління організацією.

4. Обґрунтувати методичний підхід до проведення комплексного аналізу змісту посади та складання вимог до рівня розвитку якісних характеристик фахівця, необхідних для ефективного виконання цілей і завдань посади, як основи формування профілю трудового потенціалу працівника.

5. Розробити методику оцінки трудового потенціалу працівників та визначити пріоритетні напрямки його розвитку на основі аналізу поточного стану і результатів діагностики культури організації.

Література: 1. Балабанова Л. Управління персоналом: Навчальний посібник/ Людмила Балабанова, Олена Сардак,; Мін-во освіти і науки України, ДонДУЕТ ім. М. Туган-Барановського. - К.: Професіонал, 2006. – 511 с., 2. Колтаков В. Маркетинг персоналу: Навчальний посібник для студ. серед. і вищ. навч. закладів/ Віктор Колтаков,; Міжрегіональна академія управління персоналом. - К.: МАУП, 2006. - 405 с.

РОМАЗАНОВА И.Р., студентка, г. Харьков, НТУ «ХПИ»

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ФОРМИРОВАНИЯ КАДРОВОГО РЕЗЕРВА

В связи с современным состоянием рынка труда, а именно с увеличивающейся нехваткой талантливых и высокопрофессиональных руководителей и специалистов, проблеме формирования кадрового резерва отводится особое внимание в области управления персоналом.

Кадровый резерв - это группа квалифицированных работников компании, прошедших предварительный отбор, специальную подготовку и являющихся внутренними кандидатами на замещение вакансий вышестоящих должностей.

Целью создания и управления кадровым резервом является быстрое заполнение возникших позиций внутренними специалистами, обеспечение устойчивых конкурентных преимуществ компании, формирование структуры персонала, способной обеспечить достижение стратегических целей компании.

В странах с развитой и социально ориентированной экономикой потребность в кадровом резерве постоянно отслеживается, проводится общее планирование формирования резерва. Эта работа имеет как общие, так и специфические для каждой страны черты.

На Западе исторически сложились различные требования и критерии продвижения работников. В Бельгии, Испании, Франции, например, продвижение по службе осуществляется исключительно на конкурсной основе. В Великобритании, Дании, Германии оно зависит от стажа работы, в США — от степени заслуг.

Формирование кадрового резерва во Франции строится путем проведения конкурса среди работников компании. Каждый, кто рассчитывает попасть в кадровый резерв, должен обладать набором ярко выраженных характеристик: компетентность, развитость, активная жизненная позиция, интеллект. Помимо этих критериев учитывается инновационное мышление работника, способность внедрения новых разработок. Для выявления характеристик предлагается выполнение определенного задания, в результате которого отбираются лучшие работы и их авторы, впоследствии, входят в состав кадрового резерва.

Основные требования, предъявляемые к служащим для кадрового резерва в Германии - это профессиональное образование, наличие длительного стажа работы и специальная предварительная подготовка. Цель предварительной подготовки - гармоничная интеграция работника низшего звена к высшему. Внимание уделяется знакомству с основными задачами предстоящей работы, с правами и полномочиями, обеспечивающими выполнение обязанностей. Программа ориентирована прежде всего на формирование у слушателей навыков, способствующих налаживанию межличностных контактов, адаптации к административной среде.

Система подбора и работы с кадровым резервом США во многом основана на практике, когда вакантные рабочие места замещаются путем перемещения на них своих сотрудников в соответствии с их заслугами перед фирмой. Стратегия замещения должностей своими работниками требует их переподготовки и компании не жалеют средств на эти цели. Такая стратегия помогает компаниям вырастить квалифицированных управленцев.

Перспектива карьерного роста воодушевляет людей и заставляет их работать с удвоенной силой.

Формирование кадрового резерва за рубежом показывает возможные способы получения высокопрофессионального и талантливое руководителя, что так важно в современных условиях труда. Применение зарубежного опыта позволит сохранить и развить перспективных работников, сократить период адаптации руководителя в новой должности и сократить расходы на поиск подходящего персонала. Поэтому для предприятий Украины жизненно необходимо применять проверенные годами зарубежные методы формирования квалифицированного кадрового резерва.

СКРЕБЦОВ Е.А., магистрант, г. Харьков НТУ «ХПИ»

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ФАКТОР В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ

Руководители часто испытывают недовольство положением дел в их организации: их тревожит текучесть кадров, конфликты между сотрудниками и недостаточное взаимопонимание внутри управляющей команды. Они видят причины в недостатках оргструктуры, в плохой работе кадрового департамента, в пассивности и некомпетентности сотрудников. Однако довольно часто первопричина всего этого сам руководитель.

Готов ли такой руководитель предоставить сотрудникам свободу, необходимую для проявления творческой инициативы и самостоятельности, склонен ли он делиться ответственностью, доверять?

Руководитель может быть внимательным и заботливым, может быть жестким и авторитарным, открыто обсуждать планы и решения или поступать импульсивно, непредсказуемо. Если он последователен в своих проявлениях, то окружающие приспосабливаются к нему и ситуация достаточно стабильна. Если он эмоционально неустойчив и все время меняет правила игры, то организацию лихорадит.

В одной компании беспрерывно происходили перемены, менялось штатное расписание, оргструктура, создавались и исчезали отделы и департаменты, людей без предупреждения переводили из одного подразделения в другое. Отделы путешествовали с этажа на этаж. Никто не мог понять происходящего, народ терялся в догадках, кредит доверия и уважения к руководству практически истощился. Между тем нашлось следующее неожиданное и простое объяснение: процессы в этой компании являлись отражением того хаоса, который царил во "внутреннем пространстве" первого лица. Чтобы навести порядок, шефу надо было не менять без конца структуру, а разобраться со своим внутренним состоянием.

Таким образом, в случае недовольства ситуацией в организации руководителю имеет смысл начать анализ проблем с себя как с главной и определяющей фигуры.

Успешность управления зависит от работы всей команды в целом, но важность роли руководителя никто не отменял. От него зависит, проникнется ли команда общим убеждением того, что их работа - это нечто большее, чем еще один реализованный проект. Команда и все сотрудники должны знать, что они делают жизнь организации лучше, легче, комфортнее. Каждый руководитель должен быть лидером, но не каждый лидер будет руководителем. Особенно возрастает роль лидера в те моменты, когда команда сталкивается с трудностями, так как именно тогда лидер должен сплотить, вдохновить и напомнить команде о высокой цели, ради которой все это делается. Талантливый лидер сделает так, чтобы люди сами захотели работать. Это достигается путем вовлечения сотрудника в реализацию организационных проектов и участия в жизненном цикле организации в целом. Участие сотрудника в судьбе организации, и возможность внесения своего вклада - это очень важные составляющие процесс

У каждой организации свое лицо, свой характер, каждая по-своему уникальна, поскольку несет на себе отпечаток личности руководителя,

только ему присущих уникальных качеств. Поэтому чем лучше руководитель знает себя, видит свои сильные и слабые стороны, тем яснее он видит свою организацию, понимает процессы, происходящие в ней.

СТРЕХОВА С.В., аспірант, Хмельницький національний університет

**ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В
УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА**

Кожне підприємство, щоб бути конкурентоспроможним повинно постійно впроваджувати необхідні інновації та ретельно їх продумувати, з метою усунення виникаючих проблем і підвищення ефективності.

Як свідчить практика, підприємства є тією конкретною структурою, тим „контекстом”, у якому розвивається процес нововведення [4].

Законодавчо інноваційна діяльність визначена статтею 325 Господарського кодексу України, а саме: „інноваційною діяльністю у сфері господарювання є діяльність учасників господарських відносин, що здійснюється на основі реалізації інвестицій з метою виконання довгострокових витрат і впровадження нових науково-технічних досягнень у виробництво та інші сфери суспільного життя” [2].

Закон України „Про інноваційну діяльність” визначає інноваційну діяльність як таку, що спрямована на використання та комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок, яка обумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів чи послуг [1].

Зміст інноваційної діяльності, її характерні риси і особливості знаходять відображення в такому фундаментальному понятті, як поняття інновації. Необхідно визначити, що це поняття і в російській, і в зарубіжній літературі часто визначається по-різному [3].

Й.Шумпетер трактує інновацію як нову науково-організаційну комбінацію виробничих чинників, створену підприємницьким духом [4].

Тому проаналізувавши різні визначення інновації, та їх ролі в реалізації фундаментальної проблематики сучасних технологій, робимо висновок, що специфічний зміст інновацій становлять зміни, а головною функцією інноваційної діяльності є функція удосконалення [5], в тому числі і в управлінні персоналом.

Потреба в інноваціях на підприємствах виникає як під впливом зовнішніх і внутрішніх факторів. Вони впроваджуються в структуру управління, корпоративну культуру, систему управління персоналом та інші.

В цілому інноваційний процес включає чотири етапи: діяльність по розробці нововведень та втілення їх в об'єкти та засоби праці; розробку прийомів, способів праці в умовах нововведень; освоєння цих прийомів праці та способів, тобто формування системи знань, умінь та навиків; формування функціональних відношень між людьми, які включають професійно-рольові та соціально-психологічні аспекти [6].

Загальновідомо, що існують чинники, які можуть уповільнювати впровадження інновацій на підприємстві, робити їх малоефективними.

Головною проблемою невдалого впровадження інновацій є менталітет персоналу, наявність у них потенціалу опору змінам, новизні. Адже цілком очевидно, що організаційна зміна тягне за собою необхідність відмови від сформованої поведінки, переоцінки критеріїв і структури управління, а це, як правило, зачіпає інтереси персоналу, що викликає їх опір.

Бувають різні форми і ступені опору. Одні висловлюють це через затягування прийняття та реалізацію тих чи інших нових рішень, що викликає непередбачені відстрочки, додаткові витрати і нестабільність процесу впровадження інновацій.

Можна виділити кілька причин опору інноваціям:

- економічні - потенційна загроза втрати заробітної плати або джерел доходу, страх перед безробіттям, позбавленням пільг і привілеїв, високі витрати часу і коштів на впровадження інновацій;

- організаційні - небажання змінювати сформовану систему виробничих і особистих відносин, стали розстановку сил, побоювання за майбутню кар'єру, місце роботи, реакція на попередній невдалий досвід впровадження інновацій;
- особистісні - небажання змінювати звички, інертність, страх перед новим, загроза займаної посади, особистої влади, статусу на підприємстві, втрата поваги в очах керівництва та колег, усвідомлення своєї некомпетентності до сприйняття нового, недовіра собі і своїм можливостям, небажання брати на себе нову відповідальність і прийняття рішень.

Щоб уникнути негативних наслідків, необхідно ретельно планувати впровадження інновацій, своєчасно виявляти причини і джерела опору, навчитися долати їх. Для цього необхідно чітко сформулювати мету впровадження інновацій. Також слід правильно визначити результати, які повинні бути досягнуті.

Процес впровадження інновацій повинен бути розбитий на етапи в кінці кожного з них реалізуються певні проміжні рішення. Потрібно провести коло заходів з метою переконати персонал в необхідності змін, а також створити на підприємстві команду реформаторів, яка очолить розробку змісту та впровадження інновацій. Така команда повинна створюватися з числа вищого керівництва, яка повинна виконувати головні завдання.

З метою подолання опору персоналу потрібно провести аналіз його поведінки - визначити його ставлення до інновацій, що запроваджуються та заздалегідь виявити причини можливого опору.

На підставі бесід, інтерв'ю, анкетування та інших форм збору інформації керівництво підприємства має спробувати з'ясувати, який тип реакції на зміни буде спостерігатися на підприємстві, визначити працівників, що підтримають впровадження інновацій, або нададуть їм опір, а також у кожному випадку причини такої поведінки.

Виділяють два види опору в залежності від його сили і інтенсивності:

- явні форми опору (форма відкритого виступу проти перебудови), які проявляються у вигляді відмови від використання нових систем і процедур, ухилення від додаткового навчання, невідвідування зборів, присвячених обговоренню впровадженню інновацій, шляхом затягування виконання доручень;
- приховані форми опору, які проявляються у відволіканні ресурсів, в установці обмежень на вихідну інформацію.

Після ідентифікації причин опору впровадження інновацій необхідно вибрати оптимальні методи її подолання. Універсального методу не існує, кожен має свої переваги і недоліки. Найчастіше ефективним стає використання декількох методів. Один з таких методів полягає в тому, що керівник особисто широко поширює необхідну інформацію про майбутні інновації, що будуть запроваджуватись. Якщо керівництву вдасться переконати персонал, то він стане активним помічником при здійсненні змін. Хоча це може зайняти багато часу, особливо, якщо в процес втягується велика кількість персоналу.

Для подолання опору рекомендується проводити навчання персоналу, яке озброїть його розумінням необхідності впровадження інновацій. При цьому не потрібно виключати з процесу навчання якісь групи співробітників. Залучення максимального числа працівників підприємства в процес проведення змін підвищує почуття відповідальності кожного за здійснення необхідних заходів і перетворює їх в активних прихильників. Добре продумані заходи щодо впровадження інновацій дозволять:

- виявити і сформулювати наявність проблем;
- домогтися свободи висловлювань учасників обговорень;
- забезпечити підтримку не шанобливих рішень та новаторства.

Дуже важливо також вчасно підтримати тих, хто боїться проблем адаптації до нових умов. При необхідності з ними слід провести переговори і

навіть укласти угоди з найбільш уразливими від змін співробітниками, що також згладить опір інноваціям.

Якщо заходи, що вживаються не досягають потрібного результату, можна провести кадрові перестановки, але так, щоб це не породжувало додаткові проблеми та невдоволення. Звичайно, коли ініціатори впровадження інновацій та їх прихильники знайдуть значний вплив, можна застосовувати ту чи іншу форму примусу до тих, хто не хоче йти разом з більшістю.

Тобто, розробка плану впровадження інновацій, а також проведення самих змін - не просте завдання. Неминуче виникне опір персоналу, який в кращому випадку може затягнути терміни впровадження інновацій. Подолати такі проблеми своїми силами підприємствам досить складно. Для цього треба мати великий досвід у сфері впровадження інновацій та відповідні ресурси. Як правило, для впровадження інновацій запрошуються незалежні консультанти, які розробляють план заходів, безпосередньо приймають у них участь, готують експертизу впровадження, супроводжують окремі ключові заходи і т.д. Форма і ступінь участі консультантів залежать від характеру впроваджуваних інновацій, корпоративної культури підприємства, наявності у керівництва досвіду подібних робіт. Консультанти проводять активну роз'яснювальну роботу, переконують персонал в необхідності змін, беруть участь у формуванні програми навчання. У результаті заплановані інновації ефективно реалізуються, робоча група з числа представників підприємства набуває досвід управління змінами і здатністю самостійно розвивати і поглиблювати процес вдосконалення.

Список літератури: 1. Про інноваційну діяльність: Закон України // Відомості Верховної Ради України. – 2002. -№36. – 226 с. 2. Господарський кодекс України. – К.:Атіка, 2003. – 206 с. 3. *Абрамаш А.Е., Воронина Т.П., Молчанова О.П., Тихонова Е.А., Шпенюв Ю.В.* Инновационный менеджмент./ Под. Ред. О.П. Молчановой.- М.: Вита-

Пресс, 2001. - 272 с. 4. *Краснокутська Н.В.* Інноваційний менеджмент. Навчальний посібник. – К.: КНЕУ, 2003. - 504 с. 5. *Попович П.Я.* Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання. Підручник. – Тернопіль.: Економічна думка, 2004. – 416 с. 6. *Филипов А.В.* Работа с кадрами: психологический аспект. – М.: Экономика. 1990 – 168 с.

ТАХТАУЛОВА О.С., магістрант, м. Харків, НТУ «ХП»

МІСЦЕ ТА РОЛЬ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ В ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОМУ МЕХАНІЗМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

На теперішньому етапі розвитку економічної думки досі не існує єдиного підходу до визначення сутності організаційно-економічного механізму управління підприємством. Існують суттєві розбіжності як в розумінні терміна механізму, як такого, так і щодо його складу, цільового призначення та змісту окремих його частин.

Поняття організаційно-економічного механізму розглядається як сукупність організаційних структур, конкретних форм та методів управління, а також правових норм, за допомогою яких реалізуються економічні закони, що діють в конкретних умовах, процес відтворення. [1]

До складових елементів механізму управління відносять досить широкий спектр функцій, методів, механізмів тощо. Автори зазначають належність до нього місії, цілей та задач організації, а також включають розвиток відносин власності, маркетинг, організаційну структуру, принципи та функції управління. Крім того структура механізму включає системи планування, контролю та мотивації. [2]

Важко переоцінити важливість організаційної структури в сукупності елементів організаційно-економічного механізму управління підприємством. Вона є особливою формою, що концентрує певні функції управління, котрі окремо. Або у своїй сукупності та взаємодії впливають на об'єкт управління в стратегічному, тактичному та оперативному режимах часу.

Під організаційною структурою управління підприємством розуміють склад відділів, служб та підрозділів в апараті управління, системна їх організація, характер співпідпорядкованості та підзвітності одне одному та вищому органу управління фірми, а також набір координаційних та інформаційних зв'язків, порядок розподілення функцій управління за різними рівнями та підрозділами управлінської ієрархії. [3]

Базою для побудування організаційної структури управління підприємством є організаційна структура виробництва.

Різноманіття та багатогранність функціональних зв'язків та можливих способів їх розподілення між підрозділами та робітниками визначає різноманіття можливих видів організаційних структур управління виробництвом. В науковій літературі на сучасному етапі існує декілька класифікацій видів організаційних структур. Найчастіше виділяють наступні типи організаційних структур:

- лінійна;
- функціональна;
- лінійно-функціональна;
- матрична;
- дивізійна.

Кожна зі структур має певні характеристики, особливості застосування, переваги та недоліки. Вибір конкретної структури обумовлюється особливостями організації роботи підприємства, його розмірами, специфікою виробництва тощо.

За сучасних умов економічного і соціального розвитку жодна зі структур не використовується в чистому вигляді, розробляються та впроваджуються новітні підходи до організації структури управління підприємствами. В цілому раціональна організаційна структура управління підприємством має відповідати наступним вимогам:

- мати функціональну пригідність;

- гарантувати надійність та забезпечувати управління на всіх рівнях;
- бути оперативною, не відставати від ходу виробничого процесу;
- мати мінімальну кількість рівней управління та раціональні зв'язки між органами управління;
- бути економічною, мінімізувати витрати на виконання управлінських функцій. [3]

Тип організаційної структури, що прийнятий на підприємстві створює передумови для взаємопов'язання функцій управління та ефективної взаємодії персоналу, що їх виконує. Організаційна структура управління служить для організації, концентрації в ній функцій, що складають елементи механізму впливу на об'єкти управління та створюють для цього організаційні можливості взаємодії персоналу.

Список використаної літератури: 1. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь. / Б. А. Райзберг. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 479 с. 2. Грещак М.Г. Внутрішній економічний механізм підприємства: навч. посібник. / М.Г. Грещак. – К.: КНЕУ, 2001. – 228 с. 3. Сафронов Н.А. Экономика предприятия: Учебник/ Под ред. проф. Н.А. Сафронова. – М.: Юристъ, 2001. – 584 с.

ТУНІК-ЧОРНА Т.В., студентка, **КУЛИНЯК І.Я.**, асистент, **НОВАКІВСЬКИЙ І.І.**, к.е.н., Національний університет «Львівська політехніка»

GOOGLE WAVE ЯК НОВИЙ ЗАСІБ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ

Відомо, що 90% часу керівника витрачається на комунікації з замовниками, постачальниками та командою проекту. Управління комунікаціями є одним з найбільш складних завдань для керівника, адже

доводиться щодня отримувати і відправляти сотні електронних листів та повідомлень.

Деякі розмови розпочинаються по електронній пошті, а закінчуються в чаті чи за допомогою відеозв'язку. Тому кожному менеджеру доводиться придумувати свої підходи у відстеженні всіх каналів комунікації. На допомогу прийшов Google, який розробив нові можливості для спілкування в режимі реального часу (skype, IM) та в режимі написаних повідомлень (email), одночасно поєднуючи проектні документи, звіти, повідомлення, відеозв'язок, передачу фото та відеоматеріалів у одній програмі [1].

Програмне забезпечення Google Wave створювалась, щоб змінити передачу повідомлень через email, MNS, skype, icq та ін. При цьому вся історія листування та передачі файлів зберігається роками і можна легко знайти передану рік тому інформацію за лічені секунди.

Google Wave – це новий стандарт зв'язку від IT індустрії. Перевагами є:

- розмова та документи поєднані у одному вікні;
- можливість спілкуватися та працювати з відформатованим текстом, додавати фотографії та надсилати відеоматеріали, карти та ін.;
- доступність для всіх користувачів, адже реєстрація є безкоштовною;
- можливість передачі файлів як окремому користувачеві, так і певній групі людей;
- пряма трансляція роботи, тобто кожен учасник бачить зміни інших користувачів-друзів та може додавати різні розширення в режимі реального часу.

З точки зору управління проектом, можна відстежувати всі повідомлення і документи, пов'язані з проектом, слідкувати за новинами, вести переговори на відстані, слідкувати за новинами та відповідати на запитання, координувати свої дії з членами команди, спілкуватися з замовниками тощо. Тобто, Google Wave можна використовувати як засіб комунікації на

підприємстві, адже такий спосіб обміну інформацією дуже швидкий та зручний [2].

Однак, Google Wave має свої недоліки [3]:

- відсутність російського інтерфейсу;
- складність у користуванні;
- групове використання, адже перехід на Wave має сенс в рамках компанії чи певного проекту. Індивідуальне використання чи спроба просто «пограти» з друзями призведе до розчарування, адже цей проект орієнтований на корпоративну роботу.

Тобто, Google Wave як спроба консолідації найбільш популярних засобів комунікації (email, IM, icq, blogging, maps) в одне, виступає як новий засіб управління та керування проектами на підприємствах. Також технології, використані в Wave, Google планує використовувати в інших своїх проектах.

Література: 1. Google Wave [електронний ресурс] / Матеріал з Вікіпедії – вільної енциклопедії. – Режим доступу: http://uk.wikipedia.org/wiki/Google_Wave. 2. Google Wave [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://habrahabr.ru/blogs/wave>. 3. What is Google Wave? [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.youtube.com/watch?v=rDu2A3WzQpo>.

ФИЛИППОВА Н.В., ассистент, г. Севастополь, СевНТУ

ЭВОЛЮЦИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ВЗГЛЯДОВ НА УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ (ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ)

В процессе изучения вопросов, связанных с управлением персоналом организации, возникает научный интерес в необходимости систематизации, а также исторической ретроспективе появления данного явления.

История развития подразделений, занимающихся выполнением тех или иных функций в области управления людьми, теряется в глубине веков. Еще

Геродот пишет о ста тысячах рабочих, которые были собраны для строительства пирамиды Хеопса (2575-2465 гг. до Р.Х.) и расположенных рядом с ней сооружений. Реализация подобного проекта требовала решения проблем занятости, распределения работ, рабочего времени, довольствия и оплаты труда, санкций за проступки и т.д., то есть тех вопросов в области управления человеческими ресурсами, которые актуальны и по сей день.

Несмотря на тот факт, что проблема управления людьми с научной точки зрения, существовала достаточно давно, формирование основных постулатов менеджмента персонала организации произошло лишь более сотни лет назад. В 1900 году американский бизнесмен Б. Ф. Гудриг организовал на своем предприятии первое бюро найма. Именно бюро найма того времени осуществляли функции регулирования отношений между собственником предприятия и его подчиненными. Наиболее значимым с точки зрения управления персоналом считается 1912 год. В этот период бюро найма стали олицетворять кадровый отдел в современном понятии этого слова. К двадцатому году подобные подразделения имели все крупные предприятия США и Западной Европы. Сотрудники таких отделов были своеобразными посредниками между собственником предприятия и рабочими. Они выдвигали требования от лица рабочих, предотвращали конфликтные ситуации.

В 30-х годах в развитых странах появились законы, регулирующие отношения между собственником и рабочими. В частности, законодательные акты того времени призывали к обязательному заключению трудовых договоров. Руководителям организаций запрещалась дискриминация сотрудников, которые являлись членами различных профсоюзных организаций.

50-60 -е годы характеризуются повышением эффективности процессов управления персоналом и предприятий в целом. Именно в эти годы

происходит формирование теории человеческого капитала, в которой особое внимание уделяется персоналу организаций.

К середине 70-х годов большинство руководителей предприятий уже были уверены в том, что именно эффективное управление персоналом является залогом прибыльности организации. Именно в этот период отделы найма начинают проводить планирование работы персонала, как в краткосрочном, так и в долгосрочном плане.

Девяностые годы оказались переломным моментом, когда стало точно ясно, что шаблонные решения в области управления персоналом не подходят для эффективной работы предприятия.

Проведенный обзор эволюции системы формирования управлением персонала на основе опыта зарубежных стран позволяет подготовить основу для формирования качественно новой эффективной политики управления человеческими ресурсами конкретного предприятия, избежать ошибок и сделать акценты на самых важных компонентах системы.

Библиографический список: 1. Михайлова Л.И. Управление персоналом. Учебное пособие. – К.: Центр учебной литературы, 2007. 2. Журавлев П.В., Кулапов М.Н., Сухарев С.А. Мировой опыт в управлении персоналом. Обзор зарубежных источников / Монография. - М.: Изд-во Рос. экон. акад.: Екатеринбург: Деловая книга, 1998. - 232 с.

ХІЗНІЧЕНКО С.Є., магістрант, м. Запоріжжя, ЗНТУ

УПРАВЛІННЯ ПРОФЕСОРСЬКО-ВИКЛАДАЦЬКИМ СКЛАДОМ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ

Сфера вищої освіти на сьогодні є однією з провідних галузей розвитку суспільства. Забезпечення якісною вищою освітою, яка б не лише задовольняла потреби суспільства, а й відповідала б світовим стандартам – головне завдання вищих навчальних закладів.

Оскільки якість освіти прямо залежить від кадрового забезпечення вищого навчального закладу то питання щодо управління персоналом в закладах вищої освіти стають актуальними.

Різні аспекти проблеми управління персоналом ВНЗ досліджували вчені: Вітренко Ю.М., Вовканич С.Й., Галенко В.П., Гальчинський А.П., Данилишин, Мікловда В.П., Ніколаєнко С.М., Патора Р., Пітюлич М.І., Семів.

Згідно статистичних даних України на початок 2010/11 навчального року у ВНЗ всіх рівнів акредитації працювало 200,8 тис. педагогічних та науково-педагогічних працівників, з них 13,5 тис. докторів та 68,3 тис. кандидатів наук, 12,3 тис. професорів та 45,2 тис. доцентів. Варто зазначити, що за аналогічний період 2009/10 ці показники були дещо більшими - на початок навчального року у ВНЗ всіх рівнів акредитації працювало 201,3 тис. педагогічних та науково-педагогічних працівників, з них 13,3 тис. докторів та 67,3 тис. кандидатів наук, 12,6 тис. професорів та 46,0 тис. доцентів. [1,2]. Однією з причин зниження чисельності професорсько-викладацького складу є суттєве зменшення чисельності студентів, з демографічних причин, що змусило деякі навчальні заклади скоротити персонал. Та на думку автора, одним із чинників, що впливають на якість кадрового складу є недосконалість системи управління персоналом вищого навчального закладу.

Систему управління персоналом вищих навчальних закладів, як і будь-якої організації складають підсистеми, які охоплюють визначення потреб в персоналі, набір кадрів, розвиток персоналу, стимулювання його діяльності та фінансування системи управління персоналом. Тому, для визначення причин зниження чисельності персоналу необхідно розглядати кожну з підсистем управління персоналом детальніше.

Однією з актуальних проблем, які призводять до зниження чисельності професорсько-викладацького складу є недосконалість діючої вітчизняної системи управління персоналом ВНЗ, яка проявляється в :

застарілій нормативно-правовій базі діяльності вищого навчального закладу ;

великому навчальному навантаженні на викладачів, яке зменшує кількість часу на наукову діяльність;

відсутності дієвої системи оплати праці та стимулювання професорсько-викладацького складу ВНЗ до наукової діяльності.

Звернувши увагу на існуючі нормативно-правові акти, що регулюють діяльність ВНЗ та систему управління персоналом, бачимо, що майже всі вони були прийняті до 2002 року. Так, наприклад: Закон України «Про освіту» від 23 березня 1996 року № 100/96-ВР (зі змінами), Закон України «Про вищу освіту» від 17 січня 2002 року № 2984-ІІІ (зі змінами), Закон України «Про наукову і науково-технічну діяльність» від 13 грудня 1991 року в редакції 1998 року та інші. Оскільки сьогодні суспільство розвивається швидкими темпами то виникає необхідність створення нової нормативної бази, яка б враховувала сучасні тенденції, в тому числі в сфері вищої освіти.

Питання щодо навантаження на професорсько-викладацький склад ВНЗ теж є не вирішеним. Якщо порівняти обсяг навантаження штатного викладача ВНЗ Великобританії та у провідному ВНЗ України, то навантаження першого складає від 30 до 60 годин на рік, а решта часу приділяється написанню статей та книг, а також участі в різноманітних наукових конференціях, то викладач українського ВНЗ, найчастіше вимушений провадити педагогічну діяльність до 1000 годин на рік. В США цей показник становить 240 годин на рік [3,4].

Удосконалення системи оплати праці професорсько-викладацького складу є одним з першочергових завдань для вирішення владою України.

Відповідно до Постанови КМУ України № 1298 у 2010 році посадові оклади розраховуються виходячи з розміру посадового окладу (тарифної ставки) працівника першого тарифного розряду. Голова Профспілки працівників освіти і науки України Л. С. Сачков зазначає, що дедалі збільшується розрив між діючим рівнем посадових окладів педагогічних і науково-педагогічних працівників та гарантованим ст. 57 Закону «Про освіту». На даний час їх середній розмір становить відповідно 36 та 42 відсотки від законодавчо гарантованого. Так викладач ВНЗ отримує заробітну плату в розмірі 1123 грн. (для педагогічних працівників) та 1949 грн. (для науково-педагогічних), проти заробітної плати працівників промисловості в сумі 2684 грн. [5].

Як ми бачимо, на сьогоднішній день не можна стверджувати, що система управління персоналом вищих навчальних закладів є ефективною та дієвою. Існує необхідність перегляду та вдосконалення існуючої нормативно-правової бази щодо управління персоналом вищих навчальних закладів. Необхідне державне втручання, яке б забезпечило: формування більш дієвої мотиваційної системи професорсько-викладацького складу вищих навчальних закладів, спрямованої на підвищення задоволеністю роботою та бажання до наукової праці, створення ефективного механізму розподілу часу та навчального навантаження на викладачів, розробку ефективної системи оплати праці та, найголовніше, - пошук додаткових джерел фінансування вищих навчальних закладів України.

Список літератури: 1. *Статистичний щорічник України за 2010 р.*: Статистичний збірник - К.: ДКСУ – 2011 – 559 с. 2. *Статистичний щорічник України за 2009 р.*: Статистичний збірник - К.: ДКСУ – 2010 – 566 с. 3. *Образование в США – мнение аналитика* [електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.usaforyou.net/educatson/opinion>. 4. *Бердичевська М.* Аналітика: університетська автономія – перспективи та перепони [електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.eu-edu.org/news/info/358> 5. *Загорій А.М.* Особливості ефективного управління

ПЕРЕРВА П.Г., д.е.н., **ГУЦАН А.Н.**, НТУ «ХПИ», Харьков

ШИМПФ К., к.е.н., Магдебургський університет (Германия)

РАЗВИТИЕ МЕТОДОВ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Общая схема мотивационного процесса, отражающая его цикличность и многоступенчатость, а также взаимосвязь потребностей, мотивов и целей, представлена на рис. 1., что в основном характерно для использования на машиностроительных предприятиях.

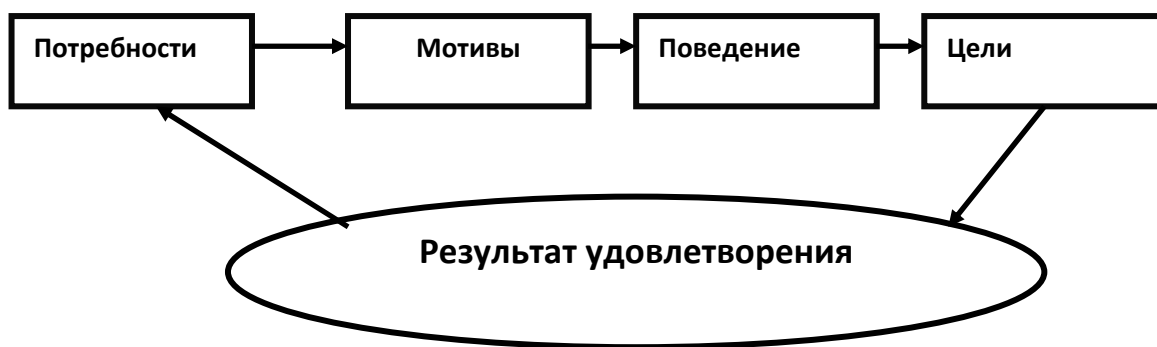


Рис. 1. Схема протекания мотивационного процесса

Представленная схема является довольно условной и дает лишь самое общее представление о взаимосвязях потребностей и мотивов. Реальный же мотивационный процесс может быть значительно более сложным.

Применяемые в современной хозяйственной практике системы стимулов достаточно разнообразны и зависят от множества условий как объективного характера (экономическое положение в стране, уровень безработицы, цены, состояние социального страхования и т.п.), так и от более частных обстоятельств (квалификационный уровень сотрудников, их чисто человеческие черты, возраст, психологический климат). Научные и учебные

издания по менеджменту содержат довольно подробный анализ и переработку в соответствии с современными условиями классических теорий мотивации, а так же разработку новых .

Так, широкое применение сегодня находит партисипативный подход к мотивации персонала, реализующий программы вознаграждения за труд, направленные на усиление внутренней мотивации и заинтересованности работников в трудовом процессе путем расширения их полномочий в деятельности фирмы. Основные формы: партисипации: участие работников в доходах и прибылях компании, участие работников в управлении.

Особого внимания заслуживает подход к управлению персоналом, принятый в стратегическом управлении, основанный на ролевом подходе к взаимодействию человека и организации. На наш взгляд, все перечисленные теории можно применять в украинских условиях, только необходимо анализировать особенности конкретных людей, группы людей, к которым применяется мотивация, и, исходя из этого, выбирать необходимый метод мотивации. При этом необходимо учесть, что структура потребностей в нашем обществе, равно как и основные факторы деятельности, в силу кризисного и переходного состояния общества имеют ряд особенностей (неудовлетворение у большей части первичных потребностей, но в то же время способность людей работать без оплаты труда, основываясь либо на вторичных потребностях либо на привычке и т.п.), поэтому, применяя какие-либо методы мотивации, основываясь как на содержательных, так и на процессуальных теориях, необходимо подстраивать их под конкретную ситуацию и характеристики трудового коллектива.

Мотивация в управлении персоналом понимается как процесс активизации мотивов работников (внутренняя мотивация) и создания стимулов (внешняя мотивация) для их побуждения к эффективному труду. Целью мотивации является формирование комплекса условий, побуждающих человека к осуществлению действий, направленных на достижение цели с

максимальным эффектом. Процесс мотивации упрощенно может быть разбит на следующие этапы: выявление потребностей, формирование и развитие мотивов, управление ими с целью изменения поведения людей, необходимого для реализации целей, корректировка мотивационного процесса в зависимости от степени достижения результатов.

ШТЕФАН О.А., магістрант, м. Харків, НТУ «ХПІ»

РОЛЬ РОЗВИТКУ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Однією з передумов успішного функціонування будь-якого виробництва є раціональне використання трудового потенціалу, який розглядають як один із найважливіших чинників, що сприяє успішності реалізації цілей підприємства. Актуальність вивчення проблеми управління трудовим потенціалом зумовлена об'єктивними і суб'єктивними причинами, пов'язаними з тим, що в сучасних умовах роль людини у виробництві істотно змінюється.

Кадровий потенціал являє собою сукупність здібностей і можливостей кадрів забезпечувати досягнення цілей довгострокового (перспективного) розвитку підприємства [3].

Трудовий потенціал розрізняють за такими критеріями: потенціал окремої людини, підприємства, суспільства та території. Під трудовим потенціалом підприємства мають на увазі сукупну трудову дієздатність його колективу, ресурсні можливості у сфері праці облікового складу підприємства, виходячи з їхнього віку, фізичних можливостей, наявних знань і професійно-кваліфікаційних навиків[2].

Для характеристики трудового потенціалу з кількісного боку використовують такі показники, як: чисельність промислово-виробничого персоналу та персоналу непромислових підрозділів; кількість робочого часу і т.п. Якісна характеристика трудового потенціалу спрямована на оцінку:

фізичного і психологічного потенціалу працівників підприємства, обсягу загальних і спеціальних знань, трудових навиків і умінь, що обумовлюють здібність до праці певної якості та інше.

Головною метою розвитку кадрового потенціалу є забезпечення функціональних підсистем і виробничих систем підприємства необхідними працівниками в потрібній кількості та потрібної кваліфікації.

Конкурентоспроможність окремих підприємств і економіки визначається безліччю чинників, з-поміж яких важливе місце посідає трудовий потенціал. Стратегічним завданням кадрової політики підприємства можна назвати підготовку конкурентоспроможного працівника, який зацікавлений в якості продукту, економії ресурсу, зниженні собівартості.

В сучасних умовах господарювання ефективне функціонування підприємства, підвищення конкурентоздатності продукції та в цілому розвиток підприємства тісно пов'язаний з підвищенням рівня його потенціалу. Підвищення потенціалу підприємства може бути досягнуто за рахунок підвищення рівня складових потенціалу підприємства, зокрема трудового потенціалу. Кадровий потенціал являє собою єдину систему, в якій зовнішня і внутрішня частина управління кадрами повинна бути органічно збалансованою. В даному випадку з'являється необхідність економічної доцільності інвестицій, пов'язаних з наймом, освітою та можливостями працівника розкрити свій талант.

Для ефективного управління кадровим потенціалом як складової стратегічного потенціалу підприємства пропонуються такі принципи:

- принцип підпорядкованості в організації, тобто наявність зрозумілої ієрархії управління;
- відповідальність кожного працівника організації;
- повага до моральних, професійних та лідерських якостей працівника;
- моральна та матеріальна мотивація працівника;

- принцип дотримання високої якості праці [1].

Виходячи з вищевказаних принципів, кадровий персонал підприємства повинен бути готовий до будь-яких змін в системі управління.

Ефективність використання кадрового потенціалу можна представити як співвідношення результату, що характеризує ступінь досягнення мети (економічної, соціальної), до кількості і якості реалізованих здібностей персоналу з його досягненнями.

Причому ефективність використання кадрового потенціалу необхідно розглядати в двох площинах:

- 1) як ефективність роботи безпосередньо персоналу підприємства;
- 2) з позицій ефективності управління формуванням і реалізацією кадрового потенціалу.

На сьогоднішній день людина є не тільки найважливішим елементом виробничого процесу на підприємстві, але й головним його стратегічним ресурсом. А отже, інвестиції в розвиток кадрового потенціалу стають довготерміновим фактором конкурентоспроможності підприємства

Список використаної літератури: 1. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посібн. / Н.С. Краснокутська. – К. : Центр навч. літ-ри, 2005. – 352 с. 2. Рудий В.І. Стратегія вдосконалення кадрової політики підприємства / В.І. Рудий // Формування ринкових відносин в Україні. – 2004. – № 9. – С. -349 с. 3. Богиня Д.П. Трудовий потенціал України. Соціально демографічний аспект / Д.П. Богиня. – Л.: Освіта, 2002. – 265 с.

СЕКЦІЯ 2. ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА ТА МАРКЕТИНГ

ІСМАІЛОВА І.Н., ГУТА І.О., студентки, *ГРИШКО Н.Є.*, ст. викладач
кафедри економіки, м. Кременчук, КрНУ ім. М. Остроградського

ШЛЯХИ ЗНИЖЕННЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА

Управління витратами – це процес цілеспрямованого формування витрат щодо їхніх видів, місця та носіїв за постійного контролю рівня витрат і стимулювання їхнього зниження [1]. Воно є важливою функцією економічного механізму підприємства. Система управління витратами має функціональний та організаційні аспекти. Вона включає такі організаційні пункти: пошук і виявлення чинників економії ресурсів; нормування витрат ресурсів; планування витрат за їхніми видами; облік та аналіз витрат; стимулювання економії ресурсів і зниження витрат. Виявлення й використання чинників економії ресурсів, зниження витрат є обов'язком кожного працівника підприємства, передусім спеціалістів і керівників. Згідно з певними організаційно-технічними рішеннями та умовами розробляються норми витрат усіх видів ресурсів: сировини, основних і допоміжних матеріалів, енергії, трудових ресурсів тощо.

В Україні значний внесок у вирішення даної проблеми зробили наступні вітчизняні вчені: А.М. Виноградська, В.С. Пономаренко, Г.В.Савицька, А.В. Сідун, М.Г. Чумаченко, В.М. Мельник, О.В. Мец. Серед робіт російських економістів на увагу заслуговують роботи: И.Т. Балабанов, С.Б. Барнгольд, А.В. Грачева.

Свою виробничу діяльність підприємство здійснює, використовуючи наявні ресурси і в результаті отримує певний обсяг готової продукції. Отже, обсяг та ціна продукції, яку підприємство може запропонувати на ринку залежить від величини використаних ресурсів, які визначають рівень затрат

підприємства. Оскільки ринкова ціна на певну продукцію складається із собівартості і прибутку, то добитися збільшення прибутку можна лише при умові зменшення рівня витрат.

Одержання найбільшого ефекту з найменшими витратами, економія трудових, матеріальних і фінансових ресурсів залежить від того, як вирішує підприємство питання зниження собівартості продукції.

Рівень собівартості продукції залежить від багатьох чинників. Тому для практичного розв'язання завдання по зниженню собівартості продукції важливого значення набуває класифікація чинників її за певними ознаками.

Зниження собівартості продукції – основний фактор збільшення прибутку, підвищення конкурентоспроможності підприємства. З метою виявлення шляхів подальшого зниження собівартості продукції проводять аналітичне дослідження собівартості одиниці продукції кожного основного виду. Оцінку виконання планового завдання по зниженню собівартості одиниці продукції та встановлення динаміки собівартості проводять методом порівняння фактичної собівартості одиниці продукції з плановою та зі собівартістю за попередні періоди. Для вибору основних напрямів проведення заходів щодо скорочення витрат на виробництво важливим є вивчення зміни її окремих елементів. Окремому аналізу підлягають непрямі витрати щодо обслуговування виробництва. Згідно з положенням про порядок калькулювання та обліку собівартості продукції, за цими видами витрат складаються кошториси. У ході аналізу фактичний рівень цих витрат порівнюють з кошторисними призначеннями і розглядають у динаміці за ряд періодів.

Для забезпечення ефективного управління витратами та формування собівартості продукції підприємство повинне мати якісну і реальну інформацію про собівартість окремих видів продукції. Ця інформація використовується в процесі планування, тобто обґрунтування розміру витрат і собівартості продукції на перспективу з урахуванням організаційного рівня

виробництва.

Список літератури:

1. Румизен М.К. Управление знаниями: Пер. с англ. /М.К.Румизен. — М.: ООО «Издательство АСТ»; ООО «Издательство Астрель», 2004. — С. 19. 2. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: Учебник. — 7 - е изд., испр. и доп. М.: Дело, 2005. — С. 168-169. 3. Щекин Г.В. Теория кадровой политики.-К.:МАУП, 1997. — С. 56.

ЛАФАЗАН С.О., ЛИТВИНЕНКО М.Р., магістранти,
КВЯТКОВСЬКА Л.А., к.е.н., доц. кафедри економіки, м. Кременчук, КНУ
імені Михайла Остроградського

ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В КОНЦЕПЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІАГНОСТИКИ

Економічна діагностика фінансово-господарської діяльності підприємства – процес всестороннього дослідження стану діяльності з використанням переважних економічних методів, моделей, процедур оцінок і так далі в цілях виявлення проблем, «вузьких місць» в її здійсненні. Діагностика фінансово-господарської діяльності дозволить вирішити наступний комплекс аналітичних завдань:[1]

визначити відповідність фінансово-господарської діяльності цілям, завданням і стратегії підприємства;

вивчити стан фінансово-господарської діяльності;

розпізнати симптоми виникнення проблемних ситуацій;

оцінити їх вплив на кінцевий результат фінансово-господарської діяльності і діяльності підприємства в цілому;

оцінити реалізацію функцій фінансово-господарської діяльності.

Завершенням дослідження повинен стати висновок про стан об'єкту, тобто постановка діагнозу.

Обґрунтована система показників, які пропонується розподілити на дві агреговані категорії – економічна ефективність підприємства та соціальна ефективність підприємства, – має забезпечувати діагностику поточного стану підприємства, що служить основою для ухвалення управлінських рішень, направлених на підвищення ефективності.[2]

Виходячи з комплексної оцінки ефективності підприємства можуть бути виділені наступні рівні ефективності підприємства:

- абсолютно ефективне підприємство – це теоретична модель підприємства, яка на ринку використовує максимально продуктивно свій потенціал, що підтверджується найвищими значеннями інтегральних показників економічної і соціальної ефективності згідно розробленої шкали оцінки (максимальне значення 1);

- високо ефективне підприємство – це підприємство, яке найповніше реалізує свою ринкову політику, займає на даному ринку лідируюче положення, отримує найбільше визнання споживачів, здатний розвиватися в довгостроковому періоді.

- ефективне підприємство – це підприємство, яке займає на даному ринку достатньо стійке положення, здатний протистояти конкурентним силам у сфері реалізації своїх інтересів і бути затребуваним протягом середньострокового періоду (до 5 років).

- низкоефективне підприємство – це підприємство, яке не здатний активно протистояти конкурентам, має низьку рентабельність. Загроза витіснення його з ринку охоплює період від 1 до 3 років.

- неефективне підприємство – не відповідає вимогам ринку, має низьку ефективність господарської діяльності, знаходиться в зоні істотного господарського і комерційного ризику.

Таким чином, в умовах ринкових відносин ефективне функціонування підприємств виступає як об'єктивна закономірність їх виживання. Перед підприємствами постають не тільки проблеми підвищення ефективності

діяльності в цілому, але і ефективного управління окремими видами ресурсів, вирішення яких неможливе без розробок нових теоретичних положень, методологічних підходів, інструментарію оцінки і методичного забезпечення її аналізу з урахуванням вітчизняного і зарубіжного досвіду.

Список літератури: 1. *Воронкова А.Е.* Діагностика стану підприємства: теорія і практика : монографія / *А.Е. Воронкова.* – Харків : Вид-во "ІНЖЕК", 2008. – 520 с. 2. Методика оценки эффективности предприятия общественного питания [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http:// www.pitportal.ru/restaurant-market/10889.ht](http://www.pitportal.ru/restaurant-market/10889.ht)

БУРЛИЦЬКА О.П., к.е.н.,доцент, м. Тернопіль, ТНТУ ім. І. Пулюя

РЕАЛЬНІСТЬ СЕМПЛІНГУ В ТОРГОВОМУ МАРКЕТИНГУ

Висока конкуренція в роздрібній торгівлі, насичення ринку різноманітними товарами споживання заставляють інфраструктуру роздрібної торгівлі в усьому її різноманітті активізувати зусилля по завоюванню та утриманню покупців. Підвищені вимоги до організації і ефективності форм магазинної торгівлі, наочність, привабливість вітрин і прилавків, зручність в обслуговуванні постійно вимагають покращення торгового маркетингу, а багатогранність, динаміка поведінки покупців — застосування нових методів для залучення клієнтів і системи їх обслуговування.

Виділенню товару при продажу передують комплекс заходів. Частина з них зосереджена в мерчандайзингу — системній маркетинговій технології, що реалізовується на рівні роздрібних торгових підприємств, кінцевою метою якої є посилення мотивації поведінки людини, створення на цій основі переважного відношення до певного товару і стимулювання продажів певних марок і груп товарів без активної участі спеціального персоналу, інша в семплінгу.

В сукупності мерчандайзинг і семплінг формують помітність товару серед інших аналогічних товарів, визнання споживачів і активний попит.

Доповнюючи мерчандайзинг, семплінг товарів та послуг отримав в сучасній роздрібній торгівлі широке розповсюдження.

На жаль, у вітчизняній економічній літературі семплінгу приділяється недостатньо уваги, практично відсутні навчальні посібники, в яких вичерпно викладені питання походження, розвитку і сфери застосування семплінгу. В свою чергу, питання проведення маркетингових досліджень, вибірки і багатофакторних моделей споживчої поведінки розглядаються в значній кількості навчальних посібників ізольовано від семплінгу. Зазначене обумовлює актуальність, теоретичну та практичну значущість наукового дослідження реалій семплінгу в торговому маркетингу.

Етимологія слова «sample» - в перекладі з англійської означає «зразок». Дана дефініція охоплює всю сукупність заходів, пов'язаних з безкоштовною або пільговою роздачею зразків товарів, а також дегустації та демонстраційні приготування страв, спрямовані на з'ясування причин позитивного відношення людей до продукту. Фактично семплінг – це маркетингове дослідження продукту і виявлення відношення до нього споживачів. Вторинною метою семплінгу є прищеплення смаку покупців до нової продукції, що входить на ринок під визначеними торговельними марками.

В цілому семплінг, як категорія торговельного маркетингу є комплексною системою дослідження ринку, що заснована на глибокому аналізі споживачів. Можна сказати, що семплінг - це набір прийомів, відпрацьованих алгоритмів дій, що в сукупності застосовуються виробниками та дистриб'юторами товарів і послуг з метою стимулювання продажів і збільшення свого ринкового сегмента. Наступним ключовим моментом є той факт, що семплінг виступає в якості динамічного та змінного, залежно від нововведень, комплексу заходів в середовищі маркетингових комунікацій та ринкових змін. Тобто семплінг не просто тісно зв'язаний з маркетингом - це його невід'ємна, хоча і трохи специфічна частина, в якій споживач має найбільше значення. В цілому, семплінг є

одним із найпоширеніших видів consumer promotion (стимулювання покупця), тобто в його арсеналі використовується сукупність прийомів, що застосовуються на протязі всього життєвого циклу товарів у відношенні до трьох учасників ринку (споживача, роздрібного торговця та продавця) з метою короткострокового збільшення обсягів продажів, а також зростання числа нових покупців.

Отже, доповнюючи мерчандайзинг, семплінг товарів та послуг формує активний попит, помітність товару серед інших аналогічних товарів та визнання його споживачем. Не дивлячись на відносно високу собівартість дегустацій товарів і послуг, що проводяться, семплінг протягом короткого часу довів свою ефективність, забезпечивши збільшення об'ємів продажів і максимізацію прибутку в рекордно короткий термін.

ВЕРХОГЛЯДОВА Н.І., д.е.н., проф., **ПРИМУШ Ю.С.**, аспірант,
м.Дніпропетровськ, ДВНЗ «ПДАБА»

СУТНІСТЬ ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ «УПРАВЛІННЯ» ПІДПРИЄМСТВОМ

У зв'язку з тим, що робота підприємства розділяється на складові частини, виконується різними працівниками, необхідна наявність того, хто буде координувати і направляти зусилля. Діяльність по координації роботи інших людей складає сутність управління. Ідея про те, що підприємством можна управляти на науковій основі почала формуватися саме у середині ХІХ століття.

Об'єктом управління є управлінські відносини, тобто такі соціальні відносини, що складаються між підприємствами, об'єднаннями й окремими індивідами у процесі управлінської діяльності і установлюють визначену структуру супідрядності між ними.

Предметом управління можуть виступати наступні напрямки: сутність управлінських відносин як системи взаємодії людей із приводу організації

їхнього спільного життя; механізм управління різними соціально-економічними системами і їхнє регулювання; механізм самоорганізації і саморегулювання; технології і методика процесу управління; структурні елементи системи управління; принципи, методи управління і т.д. [1].

Вичленовування об'єкта і предмета управління дозволяє дати загальне визначення даної галузі знання. Управління – це цілеспрямована дія на об'єкт з метою змінити його стан або поведінку у зв'язку зі зміною обставин.

Управляти можна технічними системами, комп'ютерними мережами, автомобілем, конвеєром, літаком, людьми тощо.

На відміну від інших наук розвиток управлінської думки не був системою знань, які накопичувалися послідовно. Навпаки, на першому етапі (до середини XX століття) наука управління розвивалася одразу за кількома відносно самостійним напрямкам (або, як кажуть, підходам до управління), кожний з яких концентрував увагу на різних аспектах управління: школи наукового управління; адміністративного управління; психології і людських відносин та школи науки управління (або кількісної).

Самі переконані прихильники кожного з цих напрямків думали у свій час, що їм удалося знайти ключ до найбільш ефективного досягнення цілей підприємства. Більш пізні дослідження і невдалі спроби застосувати теоретичні відкриття шкіл на практиці довели, що багато відповідей на питання управління були лише частково правильними в обмежених ситуаціях. Проте, кожна з цих шкіл внесла значний і відчутний внесок у дану область знань. Навіть самі прогресивні сучасні підприємства дотепер використовують визначені концепції і прийоми, що виникли в рамках даних шкіл [2].

Дослідивши вчення (теорії) ранніх шкіл управління, ми можемо виділити їх основні переваги і недоліки у табл. 1.

Таблиця 1 – Характерні риси ранніх шкіл управління

Ранні теорії управління	Переваги:	Недоліки:
1.Школа наукового управління	<ul style="list-style-type: none"> • обґрунтоване нормування праці, включаючи необхідність відпочинку та перерв; • доведення необхідності відбору робітників для виконання певних операцій, а також їх навчання; • впровадження практики стимулювання кращих результатів робітників-виконавців; • відокремлення управлінських функцій від фактичного виконання робіт. 	<ul style="list-style-type: none"> • розглядання праці людини на рівні машин, виключення психологічного фактора; • заперечення лінійної системи управління через відокремлення функцій планування; • підприємство розглядалося як замкнута система; • переоцінка неформальних факторів (спілкування, самоповага тощо).
2.Школа адміністративного управління	<ul style="list-style-type: none"> • детальне дослідження основних функцій управління; • опрацювання принципів побудови структури організації та управління працівниками. 	<ul style="list-style-type: none"> • помилковість пошуків універсальних принципів управління; • ігнорування соціальних аспектів управління.
3.Школа людських відносин	<ul style="list-style-type: none"> • збільшення уваги до соціальних, групових потреб людини; • прагнення до збільшення робочих місць; • відмова від акценту на ієрархічній владі; • зростаюче визнання неформального боку підприємства, ролі настрою робітників і неформальних відносин. 	<ul style="list-style-type: none"> • намагання досягти високої продуктивності праці тільки за позитивних психологічних умов.
4.Школа організаційної поведінки	<ul style="list-style-type: none"> • створення умов, при яких підлеглі можуть спрямувати всі свої таланти на досягнення цілей підприємства; • забезпечення участі персоналу як у перспективних, так і поточних питаннях. 	<ul style="list-style-type: none"> • стимулювання людської праці лише за умови позитивних психологічних умов.
5.Школа науки управління	<ul style="list-style-type: none"> • спрощення управлінської реальності за допомогою математичних моделей 	<ul style="list-style-type: none"> • використання символів і знаків, робить управління менш зрозумілим.

Як ми бачимо, порівняння хоча б двох підходів поведінкової теорії показує, що концепція взаємин між членами колективу пропагує добре ставлення до людей, а концепція людських ресурсів — добре використання персоналу.

Підсумовуючи всі характеристики, ми бачимо, що загальним для усіх ранніх теорій управління було те, що вони пропонували кожна свій єдиний «рецепт» підвищення ефективності управління. Кожна з них не була помилковою та зробила важливий внесок у розуміння сутності управління. Проте кожна з них одночасно обмежена з точки зору вузького погляду на багатомірність управління.

Список літератури: 1. *Фатхутдинов Р.А.* Управленческие решения: учебник/ В.А. Фатхутдинов. – М.: Инфра-М, 2002. – 314 с. 2. *Семенова И.И.* История менеджмента: Учебное пособие для вузов/ И.И. Семенова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 222 с.

КРАМСЬКОЙ Д.Ю., ст. викл., **ГАЙДАМАКА Н.А.**, студентка, м.Харків, НТУ „ХПІ”

ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ФІРМИ

Традиційно конкурентоспроможність підприємства трактують як відносну характеристику, що виражає відмінності розвитку даної фірми від розвитку конкурентних фірм за ступенем задоволення своїми товарами потреб споживачів і за ефективністю виробничої діяльності. Конкурентоспроможність фірми характеризує можливості і динаміку її пристосування до умов ринкової конкуренції.

Фірма справді діє на ринку в умовах конкуренції і справедливо, що її конкурентоспроможність є результатом її конкурентних переваг. Однак, варто відзначити, що не можна однозначно твердити про те, що категорія „конкурентоспроможність підприємства” відображає просто відмінності розвитку даної фірми від розвитку конкурентних фірм, оскільки, на нашу думку, в основі своїй ця категорія має більш глибоке підґрунтя – здатність підприємства реалізувати свій потенціал краще за конкурентів, оскільки саме реалізація потенціалу і є метою розвитку підприємства.

Тому запропоновано таке визначення конкурентоспроможності підприємства. Конкурентоспроможність підприємства – це його здатність реалізовувати свій потенціал краще за конкурентів через свої конкурентні переваги шляхом задоволення потреб споживачів в умовах ринкової конкуренції.

Оскільки потенціал підприємства лежить в основі його конкурентоспроможності, то було проведено теоретичні дослідження в цьому напрямку. В результаті зроблено висновок, що мало визначеною є проблема дослідження взаємозв'язку між різними класифікаціями потенціалів. Тому було запропоновано ввести декілька понять, які допоможуть зрозуміти такий взаємозв'язок: глибина потенціалу, ширина потенціалу, насиченість потенціалу і гармонічність потенціалу.

Таким чином, глибина потенціалу – це рівні потенціалу (базовий, прихований, збитковий і „перехресний”) в межах його основних груп (виробничого, науково-технічного та соціально-економічного потенціалів). Отже, до глибини виробничого потенціалу, який переважно трактується як потенціал підприємства, відносяться базовий, прихований, збитковий і „перехресний” потенціали.

Ширина потенціалу – це загальна кількість груп складових потенціалу (виробничий, науково-технічний та соціально-економічний потенціали).

Насиченість потенціалу – це загальна кількість складових потенціалу. Зокрема, насиченість виробничого потенціалу характеризується наступними складовими: технічний потенціал; технологічний потенціал; фінансовий потенціал; трудовий потенціал; інформаційний потенціал; управлінський потенціал; організаційний потенціал; потенціал відносин із зовнішнім середовищем.

Гармонічність потенціалу – міра подібності потенціалів різних груп з точки зору кінцевого результату їх використання.

Ці поняття, фактично, є показниками, які характеризують

систематизований перелік усіх груп потенціалів і окремих потенціалів, які є в наявності у підприємства. В основі цих понять покладено показники, які характеризують товарну номенклатуру в маркетинговій товарній політиці. Врешті, можна зробити висновок, що за допомогою запропонованих понять, класифікації потенціалів В.І.Щелкунова та американського вченого Б.Райана можна поєднати і, таким чином, вирішити виявлену проблему взаємозв'язку різних класифікацій потенціалу підприємства. Підставою для цього є також робота І.З.Должанського, Т.О.Загорної, О.О.Удалих, І.М.Герасименко, В.М.Ращупкіної.

При цьому до рівня базового потенціалу, як правило, можна віднести технічний, технологічний та фінансовий потенціал; до рівня прихованого потенціалу – трудовий, інформаційний потенціали та потенціал відносин із зовнішнім середовищем; до рівня збиткового потенціалу – організаційний потенціал; до рівня перехресного потенціалу – управлінський потенціал. Таке поєднання є базою для подальшої розробки на його основі стратегій підвищення конкурентоспроможності підприємства.

В результаті теоретичного аналізу теорем потенціалів Б.Райана, було зроблено висновок, що оскільки потенціал підприємства характеризується певним рівнем і залежить від деякої енергії переходу, оскільки саме потенціал лежить в основі конкурентоспроможності підприємства, то, відповідно, рівень потенціалу і енергія переходу впливають на стратегію підвищення конкурентоспроможності підприємства. Теоретичний аналіз підтвердив, що на етапі оцінки сукупного потенціалу підприємства оптимальним є поєднання Збалансованої Системи Показників і системи управління на основі показника EVA (економічної доданої вартості).

В процесі теоретичного аналізу виявлено, що важливою і малодослідженою є проблема взаємозв'язку різних категорій потенціалу підприємства. Для характеристики потенціалу підприємства (вперше) запропоновано поняття: глибина потенціалу, ширина потенціалу, насиченість

потенціалу і гармонічність потенціалу. Ці поняття встановлюють взаємозв'язок між різними класифікаціями потенціалу підприємства, який є базою формування стратегії підвищення конкурентоспроможності.

Список літератури: 1. Петровська С.В., Шкода Т.Н. Використання бенчмаркінга у формуванні стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства. – Проблеми системного підходу в економіці: Збірник наукових праць: Вип. 6. – К.: НАУ, 2004. – 251 с. – С. 126-131. 2. Шкода Т.Н. Потенціал організації – основа її конкурентоспроможності. – Проблеми системного підходу в економіці: Збірник наукових праць: Вип. 7. – К.: НАУ, 2004. – 200 с. – С. 97-100. 3. С.М. Клименко, О.С. Дуброва, Д.О. Барабась, Т.В. Омеляненко., А.В. Вакуленко. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник. – К.: КНЕУ, 2006. - 527 с. 4. Управління міжнародними конкурентоспроможними підприємствами: Навч. посіб. / За ред. І. Ю. Сіваченко. – К.: ЦУЛ, 2003. – 186 с. 5. Алещина Н. В. Анализ подходов и обеспечению конкурентоспособности предприятий // Наукові праці Донецького державного технічного університету. – 2002. – № 53. – С. 201 – 209.

ГОЛУБ Н.Л., асистент, **ТАБАЧНИКОВА Н.В.**, студент, м. Вінниця, ВТЕІ КНТЕУ

НАПРЯМКИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ

Однією з економіко-правових форм інвестиційної діяльності є інноваційна діяльність, яка має особливе значення у зв'язку з орієнтацією нашої держави на забезпечення інноваційного шляху розвитку економіки країни.

Інноваційна діяльність – це одна з економіко-правових форм інвестиційної діяльності, що здійснюється з метою впровадження досягнень науково-технічного прогресу у виробництво і соціальну сферу з метою досягнення певного соціально-економічного ефекту, в т.ч. випуску і розповсюдження принципово нових видів техніки і технології, досягнення прогресивних міжгалузевих структурних зрушень, здійснення якісних змін у стані продуктивних сил, поліпшення соціального й екологічного становища, випуску нових конкурентоздатних товарів, послуг та ін..

Світовий досвід свідчить, що у сучасних умовах стійкий довгостроковий розвиток економіки залежить більшою мірою не від ресурсних можливостей, які є обмеженими, а від інноваційної активності суспільства та окремих його елементів.

Завдяки інноваціям наука стала безпосередньо продуктивною силою, а знання у вигляді нематеріальних активів – основним капіталом економічного розвитку.

Спеціалісти відмічають, що сьогодні банки у розвинутих країнах практично вже вичерпали можливості зростання як органічного, тобто за рахунок звичних внутрішніх джерел, так і за рахунок злиттів та поглинань. Таким чином, для забезпечення самозбереження та розвитку у банківських інститутах об'єктивно виходить потреба у формуванні нового, інноваційного мислення.

Вивчаючи інновації у банківській сфері необхідно мати на увазі, що, на відміну від виробничих компаній, банки за своєю природою є достатньо консервативними організаціями. Незмінність змісту операцій, організаційних структур, процедур контролю, вмінь співробітників, навіть зовнішнього вигляду приміщень протягом тривалого часу складало основу формування їх іміджу як стабільних інститутів та, відповідно, довіри клієнтів. Тобто у сучасних умовах банки вимушені поєднувати те, що не поєднується – розумний консерватизм та інновації.

Основною причиною виникнення інновацій у банківській сфері, як і в інших галузях економіки, є перспектива отримання прибутку. Проте сприятливі умови виникнення банківських інновацій створюються, перш за все, змінами зовнішнього банківського середовища. Основним інституційним фактором, що впливає на процес розробки та впровадження банківських інновацій, є існуюча у країні система регулювання банківської діяльності, а також законодавство, що визначає розвиток інших фінансових ринків.

Світова практика свідчить, занадто суворе регулятивне система фактично перешкоджає природному розвитку інноваційного процесу, що ставить банківську систему країни у нерівне конкурентне становище по відношенню до глобальної економічної системи.

Банківський сектор зараховується до зрілих секторів (mature business) економіки, а отже характеризується середнім, або навіть щоразу обмеженим темпом зростання (1-10% річна ставка доходів). На цьому етапі циклу життя сектору обґрунтованою є стратегія ринкових позицій банку, яка має на меті втримати фінансові результати на відповідному рівні шляхом лідерства у витратах, покращення ефективності функціонування, максимізації використання засобів, обмеження інвестицій та зростання стандартизації.

У світовій банківській практиці зараз відбуваються наступні інноваційні зміни:

- «багатоканальна діяльність» при поєднанні нових і традиційних технологій і інструментів: самообслуговування, дистанційного обслуговування, використання Інтернету, індивідуальні консультації, телефонні центри;
- віртуальні банківські і фінансові технології: управління банківським рахунком, готівкові розрахунки, електронний підпис, укладення договорів, фінансові організації (біржі, банки);
- розосередження і організаційне розділення банку на три елементи: поширення послуг, виробнича частина і портфельний банк; оптимізація банківської мережі: сегментація, зміни у філіях і філіальній мережі;
- комплексне використання нових інформаційних і комунікаційних технологій для електронного і змішаного (традиційного і нового) маркетингу (клієнт сам вибирає форму обслуговування);

- нові банківські продукти (послуги) на базі нових технологій, нові автомати самообслуговування (моно - і багатофункціональні, інформаційні) [1] .

Особливу увагу, на мою думку, заслуговують інноваційні технології, які використовуються банківськими установами.

Так, наприклад, дистанційне управління банківськими рахунками можна здійснювати різними способами:

- за допомогою телефону - телебанкінг;
- персонального комп'ютера - е-банкінг;
- інтернету - інтернет-банкінг;
- портативних засобів - мобільний банкінг.

Еволюція банківської системи в сторону дистанційної моделі банківського обслуговування зумовлена рядом об'єктивних особливостей економічного і соціального середовища, в яких існують банки, і в першу чергу - змінами в способі життя людей, проникненням нових інформаційних технологій і автоматизацією банківських операцій, зростанням конкуренції.

Тому, як ніколи загострюється протиріччя між потребою у посиленні регулювання з метою зменшення згубних наслідків надмірної конкуренції та бажаністю більшою дерегуляції для ефективного розвитку банками свого бізнесу.

Ситуація на ринках, що розвиваються, включаючи і український, є дещо іншою. Банківський сектор тут є менш динамічним і консолідованим, і в цілому, йому поки що вистачає законодавчого простору для помірного інноваційного розвитку. Разом з тим, українські аналітики відмічають певну недосконалість нормативної бази функціонування банківської системи, що ускладнює швидке впровадження банківських продуктів. Це стосується системи валютного регулювання, що стримує розвиток ринку деривативів та повноцінного міжнародного торговельного фінансування, занадто тривалого процесу створення несутеречливої нормативної бази функціонування

іпотечного ринку, незавершеності реформ у сферах пайового інвестування, що становлять значний інтерес для банківського бізнесу тощо [2].

Таким чином, на розвиток банківських інновацій в Україні значною мірою впливають недосконала законодавча база щодо захисту прав інтелектуальної власності, законодавча база щодо регулювання сфер, яких стосується впровадження інновацій, відсутність значного попиту українських споживачів. Як і в багатьох пострадянських країнах, населення не підготовлене до сприйняття банків як фінансових радників, до користування інноваціями в банківській сфері, що стримує їх розвиток, а тому не створює для банків можливостей значно підвищити конкурентоспроможність на світових фінансових ринках. Подальші дослідження у цій галузі повинні стосуватися методів співпраці банків з населенням, а також удосконалення нормативної і законодавчої бази України.

Список літератури: 1. *Єгоричева С.Б.* Банківські інновації. Навч. пос. - К.: Центр учбової літератури, 2010. - 208 с. 2. *Румянцев А.* Private banking- ексклюзив для миллионеров // Финансовый директор. - 2006. - №5. с.75-80.

ГОНЧАРОВА Т.В., магістрант, м. Харків, НТУ «ХПІ»

ПОНЯТТЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Підприємство у ринкових стосунках займає особливе місце. Показником ринкової стабільності є здатність підприємства успішно розвиватися в умовах змін зовнішнього і внутрішнього середовищ. Міцне положення на ринку - запорука успіху. Цьому сприяє прагнення до економічної стійкості підприємства.

Вивчення літератури і практичного досвіду показує, що відсутні універсальна методика визначення економічної стійкості підприємства та оптимальні критерії оцінки «економічної стійкості підприємства».

Дискусійними залишаються питання визначення резервів зростання «економічної стійкості» підприємства.

Кожного року в Україні збільшується кількість зареєстрованих підприємств, за даними Держкомстату, тільки у травні 2011 року просліджується збільшення на 2,329 тис. суб'єктів, а на 1 серпня цього ж року кількість підприємств і організацій в Україні склала 1 млн 317,049 тис.

У сучасній економічній літературі не склалося чіткого визначення поняття «економічна стійкість», а також висловлюються різні думки про набір показників, що дозволяють її визначити. Також труднощі викликані тим, що взагалі поняття «стійкості» використовується науковцями в різних областях науки (біології, економіці, математиці, механіці, психології, соціології, техніці, фізиці, хімії), пов'язаних з вивченням і функціонуванням складних систем. Тому дані обставини зумовили певний науковий інтерес до дослідження цієї проблеми.

В.І. Захарченко під економічною стійкістю розуміє: «комплекс властивостей організаційної, інноваційної, логістичної, виробничої, фінансово-кредитної діяльності з врахуванням їх взаємовпливу і взаємозв'язку, і багато що інше»

Тобто стійкість це відображення особливого стану господарської системи в складному ринковому середовищі що характеризує гарантію цілеспрямованості її руху в сьогоденні та прогнозованому майбутньому. Вона синтезує в собі сукупність властивостей самої системи і найважливіших складових її комерційної і господарської діяльності.

Не менш важливим аспектом є визначення структури економічної стійкості, на якій ґрунтується, як вже було зазначено, ефективність його діяльності та тверда позиція на ринку.

Науковці зазначають, що саме економічний потенціал визначає можливості економіки підприємства або організації в цілому, також що економічний потенціал є узагальненою характеристикою роботи

підприємства і проявом сукупного впливу наступних взаємозв'язаних його сторін: виробничого, майнового, фінансового, ділового потенціалів.

Відомо, що головною метою і умовою функціонування підприємства стає здобуття доходу в процесі своєї діяльності, задоволення попиту покупців, контроль за оптимізацією витрат, конкурентоспроможності та інше. Як вже було зазначено, основним економічним інтересом стає досягнення економічної стійкості підприємства.

Механізм досягнення економічної стійкості підприємства є складовою багаторівневої системи економічної безпеки підприємства, що включає об'єктивну і суб'єктивну сторони. Сучасна практика та наукові дослідження говорять про те що, українські підприємства, які функціонують в умовах зростаючої невизначеності та динамічного зовнішнього середовища, повинні звернути велику увагу на їх стійкий розвиток, який є основним фактором забезпечення конкурентоспроможності. Та акцентувати увагу на розрахунку прийняттого показника економічної стійкості для кожного підприємства.

ГУДЗ Р.Б., магістр, НТУ «ХПІ», Харків

ПРОБЛЕМИ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Маркетингова політика комунікацій — це комплекс заходів, які використовуються фірмою для інформування, переконання чи нагадування споживачам про свої товари (послуги).

Проблема удосконалення комунікаційної політики підприємства на сьогоднішній день є дуже актуальною. Необхідність вдосконалення комунікаційної політики може пояснюватися наступними причинами: недостатньою інформованістю цільової аудиторії про товари підприємства; підприємству не вдалося сформувати сприятливий імідж, необхідністю підвищення обсягів продажу, збільшення прибутку, розширення частки ринку та інше.

На національних підприємствах можна спостерігати неефективний розвиток маркетингових комунікацій. На підприємствах, як правило, відсутня чітка система планування і контролю комунікаційної політики, немає чітких комплексних комунікаційних програм, відсутнє інформаційне забезпечення всіх дій компанії, не має бюджетного забезпечення, існує проблема суб'єктивного оцінювання ефективності реалізації комунікаційної політики, не береться до уваги тип ринку і товару, спосіб його руху і життєвий цикл, підприємством не враховується яку інформацію потребують його споживачі, цілі комунікаційної політики суперечать стратегічним завданням підприємства, інструменти маркетингових комунікацій суперечать один одному, а також комунікаційне звернення не узгоджене з позиціонуванням підприємства на ринку та інше.

Саме тому, одним із головних завдань кожного підприємства, в рамках удосконалення комунікаційної політики, є: пошук оптимального поєднання і збалансування між собою всіх засобів комунікаційної політики для забезпечення чіткості, послідовності і максимізації впливу комунікаційних програм за допомогою несуперечливої інтеграції всіх окремих звернень; ефективна реалізація функцій всіх маркетингових комунікацій і контроль за їх впливу на інші елементи маркетинг-міксу, достовірне оцінювання результатів комунікаційної політики; чітке визначення цілей комунікаційної політики виходячи з загальної стратегії підприємства і позиціонування, тому що саме ефективна комунікаційна політика стає однією з вирішальних умов ринкового успіху підприємств.

Формуючи систему маркетингової комунікації підприємству необхідно:

- дослідження ринку: місткість, концентрація споживачів, їхня поведінка, наявність і особливості конкурентних пропозицій та товарів-субститутів;
- знання стратегій збуту, кон'юнктури, чинного законодавства і правил поведінки на конкретному ринку;

- дослідження каналів маркетингової комунікації: стан, розгалуженість, вартість, досвідченість і лояльність комунікантів;
- дослідження товару: рівень ринкової новизни, міра диференціації, імідж, роль упаковки, причини і суть рекламаций споживачів;
- дослідження системи розподілу: наявність та розгалуженість каналів розподілу, стан системи посередницьких підприємств та організацій, різноманітність методів торгівлі, кваліфікація та досвід продавців.

З метою збільшення ефективності комунікаційні програми доцільно розробляти спеціально для кожного сегмента ринкової ніші й навіть для окремих клієнтів, беручи до уваги як прямий так і зворотний зв'язок між фірмою і клієнтами. Отже, першим етапом комунікаційного процесу є повний аудит потенційних можливостей взаємодії компанії та її продукту з клієнтами.

Список літератури: 1. Ламбен Ж.Ж. Стратегічний маркетинг. Європейська перспектива. Пер. з французької. – СПб. : Наука, 1996. – 589 с. 2. Примак Т.О. Маркетингові комунікації в системі управління підприємством / Т.О.Примак. – К. : Експерт, 2001. – 387 с. 3. Уебстер Ф. Основи промислового маркетингу / Ф. Уебстер. – М.: Видавничий дім Гребенікова. 2005. – 416 с.

ГОНЧАРОВА О.А., студентка, **ЯКОВЛЕВА Н.Г.**, ст. преп., Харьковский социально-экономический институт

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ ТРЕБОВАНИЕ ИЛИ ПРИХОТЬ СОВРЕМЕННОГО МИРА.

«В ближайшие годы миру грозит война за ресурсы. Чтобы избежать катастрофы, нужен фундаментальный слом потребительской этики и поведения. экс-депутат Европарламента, антиглобалист» Джульетто Кьеза

Общеизвестно, что все природные ресурсы делятся на исчерпаемые и неисчерпаемые [5].

К исчерпаемым ресурсам относят те, которые могут быть исчерпаны в перспективе (ближайшей или отдаленной). Сюда относятся в первую очередь ресурсы недр и ресурсы живой природы. Исчерпаемость ресурса понятие относительное. Обычно ресурс считают исчерпанным в том случае, когда его добыча и использование (с учетом переработки) становится экономически невыгодной. Очевидно, что последнее зависит от уровня технологий, культуры производства и пр.

К неисчерпаемым относятся те ресурсы, которые можно использовать неограниченно долго. Например, ресурсы солнечной энергии, ветра, морских приливов. Однако и в данном случае неисчерпаемость является относительной. Для каждого ресурса есть лимиты потребления, превышение которых опасно для окружающей природной среды. Например, использование выше определенных пределов солнечной энергии грозит повышением температуры околоземного пространства и возможным тепловым или термодинамическим кризисом [6].

Проблема исчерпаемости природных ресурсов с каждым годом приобретает все большую актуальность. Это связано как с осознанием факта их ограниченности, так и с интенсивно увеличивающимся потреблением. Темпы роста потребления ресурсов примерно на порядок выше темпов роста численности населения, которое в свою очередь, растет стремительно – в октябре 2011 г. было зафиксировано рождение 7 миллиардного жителя планеты. В литературе приводятся следующие данные: при современных темпах роста народонаселения 1,7 % в год, ресурсы должны удваиваться через каждые 41 год. В то же время добыча золота возрастает на 4 % в год и имеет период удвоения 18 лет, потребление минеральных ресурсов увеличивается в среднем на 7 % в год, а период удвоения составляет 10 лет [7].

Однако по оценкам специалистов, на сегодняшний день ключевые ресурсы планеты практически исчерпаны [1]. Мир достиг пределов развития и - развитие внутри замкнутой системы ресурсов невозможно. Все, кто говорят, что прежняя система сохранится – лукавят. Уголь, нефть, цинк, уран – все ресурсы планеты почти исчерпаны, и лишь вопрос времени, когда они окончательно закончатся.

С потреблением ресурсов неразрывно связана и другая проблема – проблема отходов, которые наша цивилизация выбрасывает в окружающую среду.

Отходы – неиспользуемые остатки сырья, материалов, полуфабрикатов, иных изделий и продуктов, образующиеся в процессе производства продукции или ее потребления и утратившие свои потребительские свойства. Отходы относятся к материальным объектам, которые могут быть потенциально опасны как для окружающей природной среды так и для здоровья человека [7].

В результате деятельности людей Земля подвергается постоянной опасности. Мусорные свалки, скопления ядовитых химических веществ, разбитые машины, выброшенные бутылки и брошенные обертки от конфет – это далеко не все виды загрязнения земли. На некоторые виды загрязнения просто не приятно смотреть, другие могут быть опасными для людей и животных. Загрязнённая почва влияет на здоровье животных и людей.

За последние полвека к экологическим и химическим загрязнениям природы добавились еще радиоактивные, связанные с производством атомной энергии и в гораздо большей степени – от сжигания каменного угля [1]. Человечество стало производить отходы с такой внутренней структурой, которые не могут быть переработаны в принципе. Люди изменили курс самой природы.

Предотвратить загрязнение земли и хищническое потребление ресурсов поможет внедрение экологического маркетинга. Речь идет о развитии новой

концепции и формировании нового мышления маркетинга, которые будут строиться на новых знаниях и под новым лозунгом удовлетворения нужд потребителей путем продвижения товаров и услуг, наносящих минимальный вред окружающей среде на всех стадиях жизненного цикла и созданных посредством минимально возможного объема природных (в том числе энергетических) ресурсов [2].

Экологический маркетинг возник в 1990-х гг. как продолжение социально-этичного маркетинга, возникшего в начале 1980-х гг. Согласно концепции социально-этичного маркетинга, задачей производителей товаров и услуг должно быть установление нужд, потребностей и интересов целевых рынков и обеспечение желаемой удовлетворенности более эффективными и более продуктивными (чем у конкурентов) способами с одновременным сохранением или укреплением благополучия потребителя и общества в целом [3].

Что касается ситуации сегодняшнего дня, то людей превратили в инструменты покупки. Мозги абсолютного большинства контролируются. Люди живут для рынка, когда работают и когда отдыхают. Именно рынок диктует правила жизни [8].

Поскольку маркетинг является настолько сильным инструментом воздействия, то было бы целесообразно направить русло этого воздействия в другое направление, а именно на экономное использование ресурсов и снижение тенденции роста загрязнения Земли.

Безусловно не все предприниматели станут на этот путь, поскольку потеряют при этом какую-то часть прибыли. Однако в стратегическом плане это не так: потеряв сегодня незначительную часть прибыли они выиграют в будущем. Речь идет о внедрении сегодня новых технологий, которые сократят затраты в будущем, а также о необходимости изменения мировоззрения человека. Сегодня на 90 % мышление молодых людей формируется телевидением. Вместо того, что бы убеждать нас купить ещё

одну машину, необходимо говорить о ситуации на планете и об угрозах человечеству.

В среде бизнеса для маркетинга XXI века ориентация на прибыль за счет простого увеличения потребления – это вчерашний день. Современный маркетинг развивает стратегию предпринимательского успеха благодаря тому, что думает о завтрашнем дне.

Целью современного маркетинга является не продажа товара или услуги любым способом (включая обман покупателя), а удовлетворение потребностей клиентов натуральными, естественными и экологичными товарами/услугами, что объясняется стремлением людей лучше контролировать свою жизнь в мире, который становится все более динамичным, непредсказуемым, стрессовым и техногенным [4].

Основная задача экологического маркетинга — понять нужды и потребности каждого целевого рынка и выбрать те из них, которые компания может обслуживать лучше других, а также создание положительного имиджа в глазах потребителей, акционеров и инвесторов. Это позволит компании производить товары высокого качества, а также экономить на затратах (снижая потребление материалов и энергии на единицу продукции) и тем самым увеличивать объемы продаж и повышать свои доходы путем лучшего удовлетворения потребностей покупателей.

Список использованной литературы : 1. Богданкевич О.В. Лекции по экологии. М.: ФИЗМАТЛИТ, 2002. 2. Смирнова Е.В. Экологический маркетинг // Практический маркетинг, 2010. 3. Котлер Ф., Армстронг Г. Основы маркетинга. М.: Вильямс, 2009. 4. Ляпоров В. Экомаркетинг, 2005. <http://www.lbsglobal.com/r/events/green/speaker> 5. Новітній маркетинг: Навч. посіб./ Є.В. Савельєв, С.І. Чеботар, Д.А. Штефанич та ін.; За ред. Є.В. Савельєва. – К.: Знання, 2008. – 420 с. – (Вища освіта ХХІ століття). 6. Екологія: Навч. посіб./ за ред. К.А. Рибак – Львів: «Магнолія 2006», 2009. – 345 с. 7. Екологія життя: <http://www.eco-live.com.ua> 8. Стаття «Етим миром правят 9 человек» Джульетто Кьеза. sevastopol-tv.ru

ВОЛІКОВ В.В., аспірант, **ЛАРКА М.І.**, к.е.н., професор, НТУ «ХПІ», м. Харків

ОСНОВНІ ПАРАМЕТРИ РОЗРАХУНКУ ВАРТОСТІ БРЕНД-КАПІТАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

В даний час більшість підприємств в Україні зводять проблему виміру бренд-капіталу лише до вивчення брендів в окремій групі товарів на окремому товарному ринку. Проте, бренд-капітал це поняття більш широке, до того ж багато підприємств пропонують лінійку брендів на різних ринках та в різних країнах. В цьому випадку невірне розуміння суті бренд-капіталу та безсистемне управління своїми брендами може привести до того, що стратегічні рішення, прийняті по окремих брендах, можуть привести до загальної неефективності роботи, як відділу маркетингу, так і підприємства в цілому. Основне завдання маркетологів полягає в розробці надійної та цілісної системи оцінних показників для фінансового оцінювання активів бренд-капіталу на різних ринках. Оцінка бренд-капіталу, на наш погляд, повинна включати в себе не тільки грошову вартість бренду, а також відображати цінність інших його складових та переваги перед брендами-конкурентами.

Виходячи з цього, ми пропонуємо брати до уваги ряд показників, які дозволять зробити висновок про те, наскільки конкурентоспроможним та популярним серед споживачів є бренд та виявлять наскільки сильними являються його позиції на споживчому ринку. Тобто для розрахунку сили домування бренду підприємства та вартості його бренд-капіталу ми пропонуємо використовувати наступні основні критерії, за якими слід проводити оцінювання бренд-капіталу підприємства – це критерії лідерства бренду, критерії знання про бренд, критерії ринку та власне вартість бренду (Рис. 1), які являють собою, на наш погляд, складову бренд-капіталу підприємства. Кожний показник бренд-капіталу розраховується окремо від інших. При цьому, вартість бренду визначається з врахуванням грошової

премії за весь час його існування та його нематеріальних активів, таких як, наприклад, інновації, винаходи та інше. Критерії лідерства бренд-капіталу включають до себе якість товару, індивідуальність та задоволеність споживачів від його використання. Критерії знання складаються з безпосередньо знання про існування бренду, довіри до підприємства та знання функціональних вигод від використання бренду.

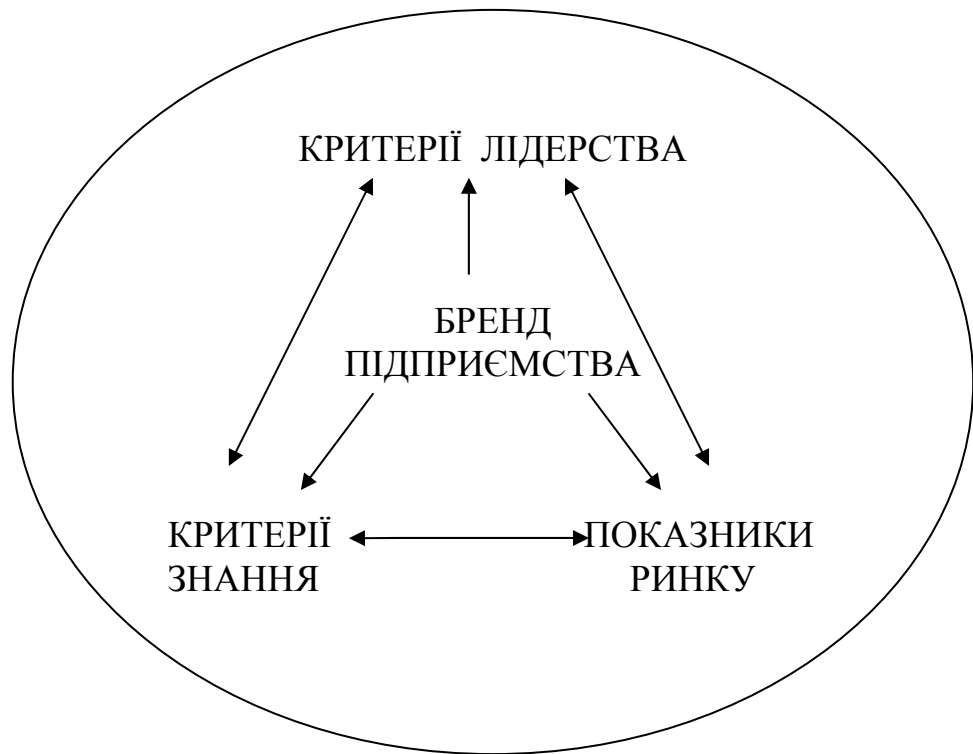


Рис. 1. Бренд-капітал підприємства.

Показники ринку – це доля ринку, представленість в дистрибутивній мережі та ринкова ціна (наскільки вона є прийнятною споживачеві та скільки споживачі згодні переплатити за даний брендований товар в порівнянні з брендами, що пропонують схожі товари). Такі підходи вимірювання бренд-капіталу повинні використовуватися для того, щоб визначити які категорії показників є основними для досягнення ключових цілей підприємства таких як частка ринку, цінова премія або прибутковість.

ЄВТУШЕНКО М.В., ст. викл. Харківська національна академія міського господарства

ПРОБЛЕМИ ЗАСТОСУВАННЯ ЕКОНОМІКО-ПРАВОВИХ ТА АДМІНІСТРАТИВНИХ МЕХАНІЗМІВ ПІДПРИЄМСТВОМ І ДЕРЖАВОЮ ТА НАПРЯМИ ЇХ УДОСКОНАЛЕННЯ

Ми сьогодні є свідками трансформації економічної системи країни, змін, які відбуваються у сфері земельних відносин. Виникають нові форми власності, здійснюють свою діяльність суб'єкти різних організаційно-правових форм господарювання, відмічаємо застосування державою нових механізмів державного регулювання, корінним чином здійснюється формування і зміна нормативно-правової бази. В цих умовах проблеми раціонального використання земельних ресурсів та охорони земель, застосування суб'єктами економіко-правових механізмів є сьогодні особливо актуальними. Проблеми і питання застосування цих механізмів особливо загострилися в сучасних умовах реформування земельних відносин, тому потребують ретельного аналізу шляхом розробки науково-методичних підходів, з метою їх вирішення і наступної реалізації державою, суб'єктами господарювання, підприємствами.

Як відомо, державне управління та регулювання землекористуванням характеризується розробкою та використанням системи економіко-правових, фінансових механізмів держави. Стосовно нашої країни то економіко-правові й фінансові механізми є одними із головних напрямів розробки і реалізації нової економічної політики України, елементами загальноекономічної державної політики, які повинні розвиватися відповідно до стану економіки суспільства. Отже, з метою реалізації ефективного управління земельними ресурсами державою здійснюється розробка цих механізмів. На рівні підприємства суб'єктами здійснюється використання правових, організаційних, фінансових, економічних механізмів. Державою здійснюється розробка цих механізмів шляхом прийняття відповідних

нормативних актів (стандартів, програм та інших нормативних документів). Підставами для аналізу, розробки і удосконалення правових механізмів є наступні: необхідність створення ефективних механізмів управління, регулювання земельних відносин в нових економічних умовах, необхідність впровадження суб'єктами раціонального землекористування, реалізація ринку землі. Кризові явища, які існують у землекористуванні, відсутність ефективної системи землекористування, обмеженість земельних ресурсів необхідно розглядати сьогодні як загрозу економічній незалежності, національній безпеці України. У країні вже сформувалися відносини власності, монополія держави на землю ліквідована, роль землі як об'єкта нерухомості і як товару постійно посилюється і буде посилюватися при реалізації ринку землі. Використання цих механізмів повинно бути більш значимим й ефективним в нових економічних умовах. Таким чином, необхідно відмітити, що з однієї сторони вирішення, розв'язання існуючих проблем і цих завдань можливо лише при посиленні ролі держави в управлінні земельними ресурсами шляхом реалізації земельної реформи, залучені земельних ресурсів у активний економічний обіг. З іншої сторони існує необхідність удосконалення існуючих механізмів шляхом вирішення питання відносно місця держави в їх реалізації. Тому перспективи вирішення вищевказаних завдань полягають у створенні і формуванні державою ефективних правових, економічних, організаційних механізмів з метою застосування їх суб'єктами у господарській діяльності. В сьогоdnішніх умовах в процесі регулювання економічних відносин між суб'єктами, необхідно відмітити, що держава все ще регулює ці відносини, в більшості своїй, шляхом адміністративного втручання у відносини між суб'єктами, а також, неринковим втручанням. В сьогоdnішніх умовах втручання держави у регулювання земельних відносин повинно полягати не стільки у реалізації командно-адміністративних методів управління, а скільки, у розробці, використанні та запровадженні державою з метою їх наступного

використання економічних засобів стимулювання. Застосування адміністративного механізму в процесі регулювання відносин між суб'єктами пояснюється тим, що адміністративні механізми займали відповідне місце у регулюванні відносин між суб'єктами шляхом створення відповідних адміністративних структур із певним комплексом повноважень, шляхом застосування владного примусу до суб'єктів правопорушників. Взагалі, використання адміністративного механізму в сьогоdnішніх умовах при регулюванні земельних відносин не може вважатися ефективним і дієвим механізмом регулювання відносин між суб'єктами, бо він передбачає тільки використання норм, стандартів, приписів, відповідальність перед державою, здійснення контролю за суб'єктами і не передбачає певної матеріальної зацікавленості. Використання приписів є неефективним механізмом в умовах ринкової економіки, а тому, адміністративному механізму необхідно надати новий вектор спрямування та його використання з метою реалізації завдань, які поставлені перед державою та з урахуванням інтересів усіх суб'єктів, з метою запровадження ефективних ринкових механізмів в процесі здійснення землекористування. Адміністративний механізм, який застосовується державою є все ж необхідним, однак, стає більш дорогим й малоефективним, так як не передбачає використання матеріальної зацікавленості суб'єктів, а потребує утримання великої кількості контролерів. Використання адміністративних механізмів можливо в тих випадках, коли економічні методи не дають бажаного результату. Їх застосування дає позитивний результат в таких важливих напрямках, які використовує кожна держава: охорона навколишнього природного середовища, регулювання земельних відносин. Таким чином, місце та роль держави в системі управління не тільки не повинна зменшуватися, а навпаки, повинна збільшуватися з метою більш ефективного регулювання земельних відносин між суб'єктами. Тому реалізація та запровадження адміністративного, правового та економічного механізмів має важливе

практичне значення при ефективному їх поєднанні.

Не дивлячись на малу ефективність використання адміністративних механізмів, науковці в той же час відмічають необхідність і важливість їх використання, так як крім економічних методів, соціально орієнтована ринкова економіка вимагає і передбачає використання адміністративних методів втручання саме в ті сфери господарювання, де інші механізми не можуть дати швидких та бажаних результатів. Саме відсутність належного державного регулювання призвело до таких кризових явищ в економіці країни. В процесі регулювання відносин: держава-підприємство повинні переважати економічні відносини. Соціально орієнтована економіка передбачає використання економічних методів керівництва. Відсутність відповідних економічних важелів не зацікавлює суб'єктів раціонально використовувати природні ресурси і перешкоджає державі здійснювати відповідний контроль за землекористувачами. Порівняно із використанням адміністративних механізмів використання економічних механізмів є більш дієвим засобом економічного впливу на суб'єктів. Напрямок державного регулювання землекористуванням в певній частині повинен змінитися. В процесі застосування цих змін необхідно запровадити та використовувати такі ефективні адміністративно-правові, економічні механізми, які дозволи б державі запровадити й реалізувати у найближчий час ринок земель в Україні з урахуванням інтересів усіх землекористувачів, які дозволяють зацікавити підприємства раціонально використовувати природні ресурси. Суб'єкти не зацікавлені у раціональному використанні природних ресурсів бо результати їх дій не впливають на результати їх господарської діяльності. Основна мета держави при застосуванні економіко-правових й фінансових механізмів полягає у збільшенні, збереженні та відтворенні земельних ресурсів, екологічній цінності природних якостей земель. Застосування цих важливих механізмів спрямоване на землекористувачів з метою спонукання їх до позитивного виконання ними обов'язків раціонального використання та

охорони земель. Органи державної влади та місцевого самоврядування, в свою чергу, повинні створювати такі умови для суб'єктів-землекористувачів, які б дозволили власникам, землекористувачам, використовуючи чинне законодавство бути зацікавленими в реалізації раціонального землекористування, охороні земель та навколишнього середовища, взагалі. Тому відсутність відповідних економічних важелів не зацікавляє суб'єктів раціонально використовувати природні ресурси і перешкоджає державі здійснювати відповідний контроль за землекористувачами.

Головна мета економічного механізму полягає у застосуванні економічних важелів по відношенню до суб'єктів - землекористувачів в процесі здійснення ними господарської діяльності. В процесі реалізації цих механізмів державні командно-адміністративні методи управління землекористуванням змінюються на більш ефективні економічні методи. Застосування економічних механізмів впливу полягає у стимулюванні розвитку земельних відносин через податкове законодавство, кредитування, фінансування, використання важелів грошово-кредитної і бюджетної політики, субсидування та планування використання земель. Головними інструментами - складовими економіко-правового механізму, можна визначити використання наступних заходів економічного регулювання: застосування економічних стимулів, економічних гарантій та засобів покарання. В якості засобів покарання передбачається застосування фінансових санкцій до суб'єктів правопорушників.

Тому застосування економічного механізму, яке націлено на стимулювання суб'єктів раціонально використовувати земельні ресурси можна визнати в якості першочергового, який необхідно розробити і запровадити в нинішніх економічних умовах. Таким чином, в процесі реалізації суб'єктами нової: екологічної, земельної політики необхідно узгодження і поєднання інтересів як держави, суспільства так і землекористувачів.

ЖАДАН Т.А., ст.викладач, м. Харків, НТУ «ХП»

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ОЛІЙНО-ЖИРОВОЇ ГАЛУЗІ ТА НЕОБХІДНІСТЬ ЇЇ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ

Олійно-жирова галузь є однією з найбільш потужних галузей АПК України, яка об'єднує виробників насіння і олійно-жирової продукції. До складу олійно-жирової галузі входять олійнодобувні підприємства (екстракційні і пресові заводи), підприємства по виробництву маргаринової продукції, майонезу, миловарної продукції та ін. За період з 2000 р. по 2010 р. виробнича потужність олійнодобувних підприємств збільшилась у 3,5 рази, маргаринових виробництв - майже в 1,17 разу, жирових виробництв - більш, ніж у 1,5 рази.

Структуру сировинної бази олійно-жирової галузі у 2010 році можна охарактеризувати наступним чином: виробництво соняшнику становило 70%, ріпаку – 14%, сої – 16,2%. Питома вага соняшника у загальній структурі площ посіву рослинних культур складає близько 16 %. Валовий збір насіння соняшнику у 2010 році в порівнянні з 2000 роком збільшився майже в 2 рази і склав 7,15 млн. т, врожайність – збільшилась в 1,32 разу і склала 16,1 ц/га.

Україна є світовим лідером по експорту соняшникової олії (понад 80 країн світу). Близько 20% всієї рослинної олії, яка виготовляється в Україні, споживається усередині країни, інша частина йде на експорт. У структурі світового експорту соняшникової олії близько 60% належить Україні. Питома вага експорту олійно-жирової продукції у структурі експорту продукції АПК України складає 27%, а у структурі експорту харчової промисловості – 50%.

Подальший розвиток олійно-жирової галузі України пов'язаний із забезпеченням внутрішніх потреб і розширенням експорту. Споживання рослинної олії в Україні у 2010 р. становило 14,8 кг на одну особу (при рекомендованій нормі 13 кг), що відповідає середньоєвропейському рівню споживання рослинних олій. Ці тенденції свідчать про переорієнтацію у

структурі споживання населення економічно розвинених країн від жирів тваринного походження до рослинних олій і жирів, збільшення чисельності населення планети та використання рослинних олій для технічних потреб.

До основних проблем, які стримують розвиток олійно-жирової галузі України на сучасному етапі, можна віднести:

- необхідність вдосконалення господарських відносин між переробниками олійної і жирової сировини та суб'єктами господарювання, які є постачальниками сировини, матеріалів і замовниками готової продукції;
- незадовільний стан сировинної бази: розширення посівних площ, зниження кількості внесених мінеральних та органічних добрив на 1 га посівної площі, зниження врожайності соняшнику;
- подальше вдосконалення технологічних процесів виробництва соняшникової олії і продуктів її переробки;
- збільшення обсягів виробництва олійно-жирової продукції і розширення її асортименту;
- ризик відміни експортного мита на насіння соняшнику (у 2011 р. – 11%);
- ризик введення мита на експорт соняшникової олії (передбачається введення з 01.01.2012 р. – у розмірі 10%);
- проблема відшкодування ПДВ експортерам соняшникової олії;
- різкі коливання цін на олійну сировину;
- нестача кредитних ресурсів, особливо в період формування великих обсягів сировини для забезпечення ритмічної роботи олійно-жирових підприємств;
- значний обсяг переробки олійної сировини на давальницьких умовах (у 2010 р. – 85,4%).

Вирішення вище зазначених проблем потребує невідкладної та зваженої підтримки з боку держави, основою якої буде слугувати науково обґрунтований прогноз розвитку олійно-жирової галузі, спрямованої на

покращення роботи галузі, підвищенню її ефективності, покращенню експортного потенціалу і як наслідок - збільшення надходжень до бюджету.

ЖМІНЬКА Л.А., магістрант, НТУ «ХПІ», Харків

ЕФЕКТИВНІСТЬ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Розвиток банківської системи є основою формування повноцінних ринкових відносин та сукупності базових елементів, пов'язаних із рухом фінансових ресурсів, без яких функціонування ринкової економіки неможливе. Від раціональної організації банківської системи та її ефективної роботи суттєво залежить розвиток економіки держави.

Проблема ефективності діяльності завжди посідала важливе місце серед актуальних проблем економічної науки. Зацікавленість нею виникає на різних рівнях управління економікою, але досі питання визначення ефективності викликає багато суперечок [2].

Ефективність діяльності являє собою комплексне відображення кінцевих результатів використання засобів виробництва і працівників за певний проміжок часу. Грамотно здійснена оцінка ефективності діяльності підприємства, аналіз одержаних результатів та відповідні висновки є запорукою успішного прийняття всіх наступних управлінських рішень. Таким чином, визначення економічної ефективності діяльності підприємства – це процес оцінки досягнутих за певний проміжок часу результатів діяльності, зіставлення фактично досягнутого рівня з запланованим та коригування відповідних складових елементів підприємства на перспективу.

Особливо гостро проблема оцінки ефективності діяльності стоїть перед комерційними банками. На роботу банківських установ у останні роки значно вплинула світова фінансова криза, після якої банки звернули увагу на низку проблем банківської системи, які потребують законодавчого і нормативно-правового регулювання, практичного вирішення та проблеми

соціальної практики. Від вирішення цих проблем залежить подальший розвиток реального та фінансових секторів економіки [1].

Комплексну оцінку ефективності діяльності комерційного банку слід проводити з урахуванням оцінки фінансового стану банку. Огляд методичної літератури з аналізу банківської діяльності та ознайомлення з практикою безпосередньо в банках свідчить, що на сьогодні єдина система показників, які в узагальнюючому вигляді характеризують їх фінансовий стан, остаточно ще не склалася. Кожний банк використовує свої самостійно розроблені методики, що включають різні показники, які часто суттєво різняться.

Більшість методик поєднує три групи показників, що дають можливість оцінити фінансовий стан банку виходячи із: оцінки фінансової стійкості; оцінки ділової активності; оцінки ліквідності.

Оціночні показники являють собою коефіцієнти, що розраховуються на основі даних балансу комерційного банку та звіту про прибутки і збитки. Національний банк України рекомендує при визначенні узагальнюючої оцінки фінансового стану банку використовувати загальновідому американську систему «CAMEL», сутність якої полягає у визначенні загального стану банку на основі єдиних критеріїв, що охоплюють усю його діяльність. Така система допомагає визначати банки, фінансовий стан, операції або менеджмент яких мають недоліки, здатні призвести до банкрутства [3].

Для вироблення ефективних рішень щодо подальшого розвитку банківської системи України безумовно необхідними є дослідження основних світових тенденцій щодо перетворень у банківській сфері. Виходячи з світової практики діяльності банківської системи, можна прогнозувати, що міжнародні банківські групи, скоріше всього, займуть більшу частину банківського ринку України, і це повинно привести до подешевшення кредитів, зниження ризиків для банків та поліпшення обслуговування клієнтів. Все це може бути досягнуто за рахунок

використання світового банківського досвіду та втілення сучасних банківських технологій.

Список літератури: 1. Аналіз банківської діяльності / За ред. А. М. Герасимовича. – К.: КНЕУ, 2004. 2. *Барановський О.*- Банківська система України: сьогодні і завтра- // Дзеркало тижня. - 2004. 3. *Папуша А.*-З турботою про державність -// Вісник Національного банку України. – 2007-№8-с.3-6

КОСТЕНКО А.О., аспірант, м. Харків, НТУ «ХПІ»

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ САНАЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Прискорення процесів глобалізації, становлення постіндустріального суспільства та світова фінансово-економічна криза істотно загострили проблеми і протиріччя, що накопичувалися у промисловому секторі економіки. Ситуація, в якій опинилася Україна на сучасному етапі, зумовила формування нових, специфічних умов функціонування промислових підприємств, які характеризуються високим рівнем нестійкості та невизначеності. Висока імовірність виникнення і розвитку кризи в процесі діяльності будь-якого підприємства зумовлює необхідність здійснення спеціалізованого антикризового управління на підприємстві.

Вагомий внесок у дослідження проблем антикризового управління та санації підприємств зробили такі зарубіжні та вітчизняні вчені, як Е. Альтман, В. Бівер, Дж. Аргенті, В. А. Баринов, І. О. Бланк, А. П. Градов, А. Г. Грязнова, М. О. Кизим, Т. С. Клебанова, Е. М. Коротков, Л. О. Лігоненко, В. С. Пономаренко, О. І. Пушкар, О. В. Раєвська, Л. С. Ситник, В. О. Соколенко, О. О. Терещенко, М. О. Титов, О. М. Тридід, Е. О. Уткін та ін.

Однак проведений аналіз сучасних наукових праць в галузі антикризового управління і санації підприємств показав, що це питання все

ще вимагає подальшого дослідження. На основі аналізу динаміки процесів банкрутства виявилось, що у правовому полі переважають механізми, орієнтовані на ліквідацію, а не на оздоровлення фінансово неспроможних підприємств, у зв'язку з чим актуальними є дослідження процесів та механізмів санації для відновлення платоспроможності та ефективної діяльності цих підприємств.

В економічній літературі поняття «санація» трактується як у широкому, так і у вузькому значенні. У першому випадку під санацією розуміють суму усіх розрахованих на стратегічну перспективу заходів організаційного, виробничого, фінансового та соціального характеру, які застосовуються, з одного боку, задля подолання неліквідності і усунення капітальних збитків, а з іншого – для відновлення або досягнення рентабельності, продуктивності або впровадження інновацій, що забезпечують прибутковість і життєздатність підприємства в довгостроковому періоді. У вузькому або «фінансово-кредитному» розумінні це поняття потрібно трактувати як систему заходів, які застосовуються виключно для запобігання банкрутства і спрямованих на майбутнє відродження підприємства [2, 3, 4, 5].

Аналіз методів, моделей і підходів до проведення санації показав, що, незважаючи на деяку однотипність етапів санаційного процесу, у даний час єдиний універсальний механізм санації відсутній.

Під «організаційно-економічним механізмом санації» розуміється сформований на перспективу комплекс управлінських завдань, рішень і заходів, які направлені на оздоровлення та відновлення ефективного функціонування підприємства й надання йому поштовху для майбутнього стійкого розвитку в умовах ресурсних обмежень.

В економічній літературі виділяють три типи криз: криза для власників підприємства (мінімальна рентабельність та від'ємні темпи приросту фінансових результатів), для кредиторів (підприємство не здатне забезпечити своєчасне та повне виконання зобов'язань, має низький рівень ліквідності)

та криза для підприємства (порушена фінансова стійкість підприємства, низький рівень фінансової автономії, ліквідність та дохідність на мінімальному рівні) [4].

В залежності від глибини прояву кризових явищ виділяють превентивну та кризову санаційну стратегію. Обидві вони базуються на результатах діагностики внутрішнього і зовнішнього середовища функціонування підприємства у ретроспективі та прогностичному періоді. Особливістю цієї діагностики є оцінювання стану зовнішнього середовища підприємства з точки зору наявності та доступності фінансових ресурсів для проведення санації. На нашу думку, діагностику доцільно проводити у такій послідовності: визначення загальної тенденції економічного розвитку підприємства; розподіл процесу розвитку діагностованого підприємства із визначенням стадії, на якій воно перебуває; прогнозування фінансового та економічного розвитку підприємства.

В залежності від типу кризи приймається рішення про доцільність санації та розробляється певний санаційний механізм, що відповідає особливостям діяльності суб'єкту господарювання в умовах розвитку кризових явищ та можливостям задоволення потреб у фінансуванні санаційних заходів. Визначаються стратегічні цілі і тактика проведення санації, відповідно до обраної стратегії розробляється програма санації, потім слідує проект санації, що розробляється на базі санаційної програми і містить техніко-економічне обґрунтування санації, розрахунок обсягів фінансових ресурсів, необхідних для досягнення стратегічних цілей, конкретні графіки і методи мобілізації фінансового капіталу, терміни освоєння інвестицій і їх окупності, оцінку ефективності санаційних заходів, а також прогностичні результати виконання проекту [1, 3].

Зважаючи на те, що небезпека кризи на підприємстві існує постійно, управління їм повинно бути завжди певною мірою антикризовим, тобто складатися з комплексу постійно діючих, взаємозумовлених і

взаємопов'язаних складових управлінського процесу, спрямованих на передбачення, запобігання, попередження та подолання фінансових криз, аналіз їх симптомів, усунення негативних наслідків для підприємства, а також використання факторів кризи для подальшого розвитку підприємства.

Список літератури: 1. *Бабич Л. М.* Актуальні проблеми удосконалення організаційно-методичного механізму запобігання банкрутству на підприємстві // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – № 4 (22). – С. 71-75.; 2. *Берест М. М.* Формування санаційної стратегії підприємства в сучасних умовах господарювання: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / М. М. Берест. – Харків, 2011. – 20 с.; 3. *Покропивний С. Ф.* Економіка підприємства: Підручник / За заг. ред. С. Ф. Покропивного. – Вид. 2-ге, перероб. та доп. – Київ: КНЕУ, 2001. – 528 с.; 4. *Терещенко О. О.* Антикризове фінансове управління на підприємстві: навч. посіб. / О. О. Терещенко. – К.: КНЕУ, 2004. – 560 с.; 5. *Шаблістая Л.* Механизмы преодоления убыточности предприятий и обеспечения их финансовой устойчивости / Л. Шаблістая // Экономика Украины. – 2009. – № 6. – С. 53-64.

КРАВЕЦЬ А.В., ст.викл., м.Харків, НТУ «ХПІ», Міжгалузовий інститут післядипломної освіти

РОЛЬ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТА ФІНАНСОВОГО РИНКУ У ФОРМУВАННІ ФІНАНСОВО-КРЕДИТНОГО МЕХАНІЗМУ АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВ В УКРАЇНІ

Успішна підприємницька діяльність акціонерних товариств залежить від чіткої взаємодії усіх складових підсистем (внутрішніх та зовнішніх) та елементів фінансово-кредитного механізму. В сучасних умовах досить актуальною є проблема узгодження взаємодії механізмів державного регулювання та фінансового ринку, їх підсистем та елементів з внутрішньогосподарським механізмом господарювання підприємств, зокрема, акціонерних товариств, що в цілому, забезпечить стабільний соціально-економічний розвиток національної економіки та суспільства.

Проблеми узгодження економічних інтересів держави з суб'єктами господарювання, спрямованість усіх елементів фінансово-кредитного механізму на забезпечення інтересів господарюючих суб'єктів висвітлювали в своїх працях такі вітчизняні та російські вчені-економісти як В.М. Опарін, О.Р. Романенко, В.В. Глущенко, О.Д. Василик, В.Д. Базилевич, Л.А. Дробозіна, Т.В. Брайчева, В.К. Сенчагов, А.М. Ковалева та ін.

Економічну сутність, роль фінансового ринку в ринковій економіці, його функції, структуризацію, дію фінансових інструментів досліджували в своїх працях багато зарубіжних та вітчизняних науковців, зокрема, З. Боді, Р. Мертон, Е. Долан, К. Макконнелл, С. Брю, Ф. Мішкін, У. Шарп, Я.М. Міркін, М.Ю. Алексеев, С.О. Маслова, О.А. Опалов, О.Ю. Смолянська, В.П. Ходаківська, В.В. Беляєв, О.М. Мозговий, А.А. Килячков, Л.А. Чалдаєва, Б.А. Колтынюк, та ін.

Державне регулювання як зовнішню підсистему фінансово-кредитного механізму діяльності акціонерних товариств, на наш погляд, можна представити як сукупність трьох груп взаємопов'язаних структурних елементів, до яких відносяться:

- правове та нормативне забезпечення, яке включає законодавчі та нормативні акти загальнодержавного та місцевого значення;
- система органів та інституцій державного управління та регулювання;
- економічні важелі та фінансово-кредитні інструменти впливу держави на діяльність акціонерних товариств.

Треба наголосити, що механізм державного регулювання (правового, управлінського, економічного), взагалі, справив величезний вплив на становлення та розвиток акціонерної форми господарювання в Україні.

Система органів та інституцій державного управління та регулювання діяльності акціонерних товариств охоплює усі гілки влади: законодавчу, виконавчу, судову. Велике значення в розвитку та регулюванні корпоративних відносин в Україні, контролі за діяльністю акціонерних товариств має Державна комісія з цінних паперів та фондового ринку (ДКЦПФР).

Невід’ємним елементом системи фінансово-кредитного механізму діяльності акціонерних товариств є ефективно функціонуючий фінансовий ринок та його окремі сегменти (фондовий, кредитний, валютний, страховий тощо).

Визначимо основні функції фінансового ринку в системі функціонування фінансово-кредитного механізму акціонерних товариств: участь у формуванні фінансових та кредитних ресурсів акціонерних товариств; акумуляція та мобілізація дрібних, розрізнених капіталів різних суб’єктів ринку (підприємств, домашніх господарств, держави) через реалізацію акцій в процесі формування акціонерного капіталу; залучення акціонерними товариствами кредитних ресурсів на фінансовому ринку через механізм емісії та продажу корпоративних облігацій та шляхом отримання позик від банківських та інших фінансово-кредитних установ; формування ринкових цін на фінансові інструменти (зокрема, акції) та вплив на капіталізацію акціонерних товариств; інформаційна функція фінансового ринку, яка полягає в тому, що біржові курси акцій є індикаторами фінансово-господарського стану емітентів і визначають інвестиційну привабливість їх цінних паперів для інвесторів; мінімізація та хеджування фінансових ризиків для акціонерних товариств, пов’язаних із потенційною зміною ринкових цін на акції; координація діяльності емітентів, інвесторів, фінансових посередників, забезпечення усім рівних можливостей для доступу до ринків ресурсів тощо.

Механізм державного регулювання та функціонування фінансового ринку повинен бути спрямований на: законодавче забезпечення та гарантування прав діяльності суб’єктів господарювання усіх форм власності, у тому числі, акціонерної; додержання усіма суб’єктами господарювання вимог законодавства та інших нормативних актів; узгодження інтересів усіх суб’єктів ринку встановленням необхідних нормативних правил у їх взаємовідносинах; захист прав власників акцій, відстоювання їх інтересів, створення сприятливого інвестиційного клімату в країні; забезпечення усім суб’єктам рівних можливостей для доступу до фінансових ринків та інформації; запобігання

монополізації на ринку та створення умов для розвитку добросовісної конкуренції; контроль за прозорістю та відкритістю діяльності акціонерних товариств; забезпечення стабільного розвитку і ефективного функціонування фінансового ринку та його окремих сегментів як зовнішнього середовища діяльності акціонерних товариств; удосконалення корпоративного управління, національного корпоративного законодавства; сприяння інтеграції національної економіки в європейський та світовий ринки.

Перелічені заходи, на нашу думку, сприятимуть узгодженню взаємодії механізмів державного регулювання та фінансового ринку, їх підсистем та елементів з внутрішньогосподарським механізмом господарювання підприємств, що в цілому вплине на ефективність фінансово-кредитного механізму акціонерних товариств, посилить захист прав акціонерів, надасть новий імпульс в розвитку вітчизняного фондового ринку, покращить корпоративне управління в Україні та наблизить його до міжнародних стандартів.

КУРИЛО Т.О., студентка, ***ПРОСКУРНЯ О.М.***, доц., НТУ «ХП»
ДУБОВИК В.С.

УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМИ ЗАПАСАМИ В ТОРГІВЕЛЬНІЙ МЕРЕЖІ

Торгівля відноситься саме до таких галузей, в яких період обороту капіталу мінімальний й тому є дуже привабливою завдяки високому рівню рентабельності. Ми спостерігаємо, що торгівельні мережі розширюються за рахунок монополізації та входу нового капіталу із закордону. Малі торгівельні підприємства закриваються внаслідок неконкурентоздатності та й ще по причині того, що вони не можуть співпрацювати з юридичними організаціями при знаходженні на системі єдиного оподаткування. Ті, що в складних умовах працюють повинні ретельно планувати свою діяльність щоб зменшити брак оборотних коштів й намагаються знайти рішення за

допомогою управління товарними запасами, яке спрямоване на підвищення рентабельності та швидкості обертання капіталу.

Управління товарними запасами дозволяє:

- зменшити складські витрати;
- підвищити мобільність організації;
- налагодити співпрацю з замовниками на більш якісному рівні, де своєчасність й гарантія якості товару буде головним чинником взаємодії;
- створити додаткові ресурси для стратегічного розвитку;
- гарантувати необхідну кількість товару.

Для філіалів торгівельної фірми при управлінні запасами спостерігаються деякі особливості. Ці особливості полягають:

- в узгодженні кількості товару філіалу з головним офісом фірми; в наявності затримок товарів, які спричиняються затримкою на митниці;
- в наявності розбіжностей в плануванні між закордонними виробниками (Франції, Іспанії, Туреччини та інших країн) та фірмою (виробники складають довгострокові плани, котрі повільно змінюють, а вітчизняні компанії планують на місяць й більш, а інколи потрібно товар швидко доставити новому клієнту);
- в підтримці взаємозв'язків по управлінню запасами з іншими філіалами (при наявності надлишків повинно бути розроблено план заходів по перерозподілу ресурсів товару між філіалами, яким в цей час конче потрібен той чи інший товар).

При цьому не останню роль в управлінні товарними запасами відіграє комунікабельність персоналу, стратегічне мислення й налагодження комунікаційних зв'язків між усіма суб'єктами торгівельної діяльності фірми. Таким чином, транспортування товарів визначає характер процесу поповнення запасів, а характер споживання - характер процесу витрат запасів.

Складовою частиною товарозабезпечення є утворення товарних запасів в самій оптовій фірмі і в її філіалах. Це обумовлює збільшення витратної частини на розміщення і зберігання товару на складі. В таких умовах при управлінні товарними запасами потрібно приділяти увагу насамперед оперативному обліку і контролю товаром, а також вести моніторингові дослідження й аналіз клієнтів за розширеними критеріями. Нормування товарних запасів передбачає встановлення нормативу товарних запасів. Під оптимальними товарними запасами розуміють таку кількість товарів, яка б забезпечувала безперебійне їх пропозицію покупцям при мінімумі витрат.

Управління повинно бути систематичним. Іншими словами, повинен бути передбачений певний організаційний механізм, який сам по собі забезпечував би підтримку потрібних товарних запасів.

МАЦІКАНИЧ І.М., магістрант, м. Харків НТУ «ХПІ»

ВІТЧИЗНЯНІ ТА МІЖНАРОДНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНOSTІ

Необхідною умовою нормальної діяльності будь-якого підприємства є становлення господарських відносин між ним та покупцями, постачальниками тощо.

З метою удосконалення системи обліку в Україні зумовлена необхідність адаптування вимог міжнародних стандартів бухгалтерського обліку до вітчизняних.

Відповідно до Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні", національні стандарти бухгалтерського обліку не повинні суперечити міжнародним. Але на відміну від українських П(С)БО, МСФЗ не передбачають єдиного стандарту, що регулює порядок обліку і відображення у звітності дебіторської заборгованості. Питання щодо обліку дебіторської заборгованості регулюються декількома міжнародними стандартами, серед яких: МСФЗ 1 "Подання фінансових звітів", МСФЗ 32

"Фінансові інструменти: розкриття та подання", МСФЗ 39 "Фінансові інструменти: визнання та оцінка".

Під час вивчення даної проблеми були використані матеріали, що розкриті в працях вітчизняних та зарубіжних вчених, таких як Бутинець Ф.Ф., Голов С.Ф., Сопко В.В., Шаповалова А.П., Нападовська Л.В., Дон Р. Хенсен, Д. Нортон, Р. Каплан .

Найбільш суттєві відмінності в організації обліку між національними та міжнародними стандартами стосуються:

1. Визначення дебіторської заборгованості

- дебіторська заборгованість – сума заборгованості дебіторів підприємству на певну дату (П(С)БО 10).

- за МСФЗ 32 дебіторська заборгованість визначається як фінансовий актив. Визначення дебіторської заборгованості не надається

2. Визнання дебіторської заборгованості

- визнається активом, якщо існує ймовірність отримання підприємством майбутніх економічних вигод і може бути достовірно визначена її сума одночасно з визнанням доходу від реалізації продукції, товарів, робіт і послуг (П(С)БО 10);

- підприємству слід визнавати дебіторську заборгованість у балансі, коли воно стає стороною контрактних зобов'язань і внаслідок цього має юридичне право отримувати грошові або інші цінності (МСФЗ 39).

3. Оцінка дебіторської заборгованості

- при зарахуванні на баланс дебіторська заборгованість оцінюється за первісною вартістю, а на дату балансу – за чистою реалізаційною вартістю (П(С)БО);

- під час первісного визнання фінансового активу слід оцінювати їх за собівартістю, яка є справедливою вартістю компенсації, наданої або отриманої за них. Після первісного визнання дебіторську заборгованість

визнають за амортизованою собівартістю із застосуванням методу визначення за ефективною ставкою відсотка (МСФЗ 39).

4. Видів дебіторської заборгованості

5. Визначення сумнівної дебіторської заборгованості

6. Розрахунку величини резерву сумнівних боргів:

7. Відображення дебіторської заборгованості у звітності:

- за чистою реалізаційною вартістю (П(С)БО 10);

- МСФЗ прямо не вимагають відображення дебіторської заборгованості в балансі за винятком резерву сумнівної заборгованості.

Таким чином, можемо зазначити, що облік дебіторської заборгованості в Україні регулюється чітко визначеним нормативом – П(С)БО 10, положення якого в певній мірі відрізняються від запропонованих у міжнародних стандартах. Ці відмінності викликані, в першу чергу, національними та економічними особливостями, що склалися в Україні.

При визначенні та класифікації дебіторської заборгованості в зарубіжній та українській практиці не існує явних розбіжностей. Як за кордоном, так і у вітчизняному обліку, під дебіторською заборгованістю компанії розуміють зобов'язання покупців чи інших контрагентів бізнесу перед компанією, наприклад, по виплаті грошових коштів за продані товари, продукцію, виконані роботи чи надані послуги.

Порівняння П(С)БО і МСФЗ дає можливість краще зрозуміти, що в системі МСФЗ визнання, класифікація та оцінка дебіторської заборгованості прямо не визначені; в МСФЗ 1 та МСФЗ 32 представлені лише загальні рекомендації по розкриттю інформації про дебіторську заборгованість у фінансових звітах; в міжнародних стандартах дебіторська заборгованість визнається як фінансовий актив, що є контрактним правом отримувати грошові кошти або інший фінансовий актив від іншого підприємства.

Список літератури: 1. Бухгалтерський фінансовий облік: Підручник для студентів спеціальності "Облік і аудит" вищих навчальних закладів. / За редакцією проф. *Ф.Ф. Бутинця*. - 5-е вид., доп. і перероб. - Житомир: ПП "Рута", 2009. –726 с. 2. *Гаджиев Н.Г.* Дебиторская задолженность в финансовой отчетности в условиях реформирования учета // Международный бухучет. – 2006. – №12. – С. 31-35. 3. *Лучко М.Р., Бенько І.Д.* Бухгалтерський облік у зарубіжних країнах: Навч. посіб. -К.: Знання, 2006. – 311 с. 4. Україна 2015: національна стратегія розвитку: зб. Текстів виступів засідання круглого столу / «Український форум». – К.: Укр. Форум, 2008. – 67 с. 5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 "Дебіторська заборгованість". Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 25 жовтня 1999 р. за № 725/4018.

КРУГЛОВА А.О., ВЕРЮТИНА А.О., магістранти, НТУ «ХП»

ПРОЦЕС БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ НА СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

В сучасних умовах в Україні відбуваються корінні зміни в сферах стратегічного планування, маркетингу та логістики діяльності підприємств різних форм власності. Більшість великих підприємств самостійно планують основні фінансово-економічні показники, вирішують проблеми реалізації продукції і матеріально-технічного забезпечення. При цьому юридичні та фізичні особи легко відкривають нові підприємства, але не завжди забезпечують ефективність діяльності таких підприємств, завдяки чому значна частина нових підприємств не витримує конкурентної напруженості і через деякий час виходять з ринку. Однією з причин такого становища є незначне приділення уваги процесу бізнес-планування діяльності підприємства[1; 3]. Тому поданий у доповіді критичний аналіз ситуації, що склалася на сучасних підприємствах є актуальним на даний час соціально-економічного розвитку української системи.

Як зазначають ряд авторів, для створення якісного бізнес-плану необхідна висококваліфікована група людей з досвідом роботи в даній сфері діяльності. Найкращий варіант - це співробітництво з консалтинговою

фірмою, що має у своєму розпорядженні необхідні кадри, програмні продукти й зв'язки в сфері інформації. Однак, проблема може бути у тому, що досить непросто знайти "надійного партнера за прийнятною ціною".

При тому, що шаблони бізнес-планів існують, але кожен бізнес-план є унікальним продуктом. Послідовність складання й принципи деталізації бізнес-плану для різних компаній і проектів відрізняються. При складанні бізнес-плану необхідно враховувати, що це завжди ітераційний процес, який припускає внесення змін на основі нової інформації й застосування різних сценаріїв. У той же час, існує внутрішня логіка структури бізнес-плану й загальновизнані принципи його розробки, так звані міжнародні стандарти, на які орієнтуються інвестори й кредитори.

Вважаємо за потрібне детально проаналізувати певні розділи бізнес-плану. Так, розділу «Резюме» співробітники підприємства приділяють не багато уваги, хоча для отримання кредиту увагу приділяють саме "резюме", "фінансовому плану" і "ризикам". "Резюме" містить короткий опис проекту, його мету й завдання; ресурсне забезпечення; механізм реалізації; унікальність або конкурентоспроможність продукту/послуг; обсяг необхідного зовнішнього фінансування; прогноз обсягу продажів і прибутків; повернення кредиту. І саме тому головним для "Резюме" є простота й лаконічність, мінімум спеціальних термінів.

При "описі підприємства" краще звернути увагу не на історичні довідки й його організаційну структуру, а виділити конкурентні переваги й привести фінансово-економічні показники діяльності підприємства, бажано щомісячно за кілька років.

Найважливіший розділ при формуванні бізнес-плану - "фінансовий план". Крім того, що дані по цьому розділу повинні бути наведені щомісячно на 3 - 5 років наперед, необхідно, щоб цифри були максимально правдоподібними. На нашу думку, проблема полягає в тому, що у управлінського складу завжди є бажання завищувати доходи й не занижувати витрати. Ризики

пов'язані з тим, що занадто оптимістичні прогнози, можуть відштовхнути кредиторів, затягти процес надання кредиту й, нарешті, бізнес-план відмовляється розглядати без експертизи консалтингової фірми.

У той же час варто виділити основні помилки бізнес-планування. Основним недоліком бізнес-планів є використання закордонної методики без адаптації її під українську соціально-економічну систему. Не порушуючи законодавчих аспектів, кожне підприємство живе за власними внутрішніми законами і формує відповідне "середовище перебування" з постачальників і споживачів. Такі особливості не прописані в жодній методології ближнього або далекого зарубіжжя. До того ж, адаптація бізнес-плану під кожне підприємство підкреслює його індивідуальність і може зіграти значну роль при виборі проекту інвестором. Також, розповсюдженою помилкою вважається низька якість маркетингових досліджень. Звичайно багато сил витрачається на розробку розділів "Фінансовий план", "Аналіз ефективності реалізації проекту", але недостатньо уваги приділяється аналізу ринку продукції (послуг) і обґрунтуванню її конкурентоспроможності. Але якщо потреба в майбутній продукції завищена, то цінність фінансового плану й аналізу ефективності стає рівною нулю.

Хотілося б ще відзначити, що також мало уваги приділяється податковій сфері. Основна проблема бізнес-планів - це невірність амортизаційних відрахувань, порушення податкового календаря.

Таким чином, процеси адаптації бізнес - планування до сучасних умов формування підприємницької діяльності потребують детального розвитку і державної підтримки.

Список літератури: 1. *Тарасюк Г. М.* Бізнес-план: розробка, обґрунтування та аналіз: Навч. посібник для студ. ВНЗ / Житомирський держ. технологічний ун-т. - Житомир : ЖДТУ, 2006. - 419с., 2. *Start your business: Business plan: International edition.* - Geneva : International Labour Office, 2003. - 24 p., 3.

<http://www.nbuu.gov.ua/articles/2006/06knebp.html> Інформаційне забезпечення підготовки бізнес-плану / *М.Ю. Куденко* та ін. // Вісн. Міжн. Слов'ян. ун-ту. Сер. Екон. науки. - 2006. - 9, N 1. - С. 68-71.

МЕДВІДЬ В.Ю., к.е.н., доц., **ДЬОМОЧКІНА М.С., САРКІСЯН Ю.С.**,
магістранти, м. Макіївка, ДонНАБА

ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

У сучасній економіці намітилася тенденція до розвитку маркетингу як визначальної концепції в успішному управлінні підприємством, включаючи цілі, стратегії і функції маркетингу як специфічної управлінської діяльності, що забезпечує стратегічну орієнтацію підприємства та її реалізацію. Значення маркетингу в останні роки стає більш актуальним оскільки відносини між суб'єктами ринкових відносин постійно ускладнюються, стають більш мобільними і суперечливим. У результаті дослідження ринку і його складових необхідним кроком у регулюванні цих відносин є трансформації ринкових процесів в цілому. Ринкова система господарювання, яка формується в Україні, обумовлює зміну форм та методів управління економікою підприємства, вимагає нових підходів до визначення місця та ролі підприємства в розвитку суспільного виробництва.

Проблеми маркетингу широко висвітлено в зарубіжній науковій літературі. Слід відзначити фундаментальні праці П. Друкера, Ф. Котлера, Б. Карлофа, Ж. Ламбена та інших.

В Україні поки що дослідження з маркетингу - рідкісне явище. Ці проблеми сьогодні вивчають Л. Балабанова, В. Войчак, В. Кардаш, В. Герасимчук, В. Онищенко, інші.

Теоретичний огляд поняття «маркетинг» дозволяє встановити різновид сутності цього поняття. Ф. Котлер стверджує, що маркетинг - це спосіб переконати маси зробити покупку. Маркетинг використовує засоби масової

інформації й інші способи, щоб заволодіти увагою і переконати багатьох людей - людей, що можуть узагалі не мати ніякого прямого контакту ні з ким з компанії даного постачальника [2].

Вітчизняні наукові дослідники виділяють наступні специфічні риси маркетингу в Україні:

- низький рівень платоспроможності та обізнаності вітчизняного споживача;
- низький рівень вітчизняної виробничої конкуренції, що робить непотрібним використання концепції маркетингу;
- сильний тиск розподільницьких структур, що призводить до необґрунтованого підвищення цін;
- менталітет вітчизняного споживача породжує недовіру до рекламних акцій, стимулювання збуту тощо;
- нерегульованість законодавчої бази з питань захисту прав споживачів, реклами, недоброякісної конкуренції, реєстрації патентів та винаходів, реєстрації та охорони прав на знаки для товарів та послуг.

Маркетинг має велике значення у регулюванні ринкової економіки. Це, по суті, діяльність суб'єктів ринку з регулювання своїх економічних взаємин. Наразі жодне підприємство в системі ринкових відносин не може нормально функціонувати без маркетингової служби на підприємстві. Тому, маркетинг повинен розглядатися як комплексний та інтегральний менеджмент на рівні підприємства. Це відбувається тому, що потреби людей, як відомо, безмежні, а ресурси підприємства обмежені. Крім того, суб'єкт має свої потреби, задовольнити які не завжди вдається якісно. До кожного необхідний свій індивідуальний підхід. Тому, у нових умовах виживає те підприємство, що може найбільше точно виділяти й уловлювати розмаїтість смаків. Цьому і сприяє маркетинг.

Сучасна філософія бізнесу має будуватися на ефективному інструментарії, тобто кожна установа зобов'язана розробити таку стратегію

та напрями її реалізації, які дали б змогу підприємству досягати своєї мети на ринку. Таким інструментарієм є комплекс маркетингу – товарна, цінова, збутова та комунікаційна політики. Особливого значення у системі маркетингу набувають маркетингові дослідження та маркетингова стратегія.

Маркетингові дослідження – це систематичний процес постановки цілей дослідження, ідентифікації обсягів, збору, аналізу об'єктивної ринкової інформації і розроблення рекомендацій для прийняття конкретних управлінських рішень щодо будь-яких елементів ринково-продуктової стратегії фірми і методів їх реалізації для досягнення кінцевих результатів у діяльності фірми в умовах сформованого маркетингового середовища [3].

Маркетингова стратегія - маркетингові заходи компанії зі сталого просування своїх товарів на ринок, включаючи визначення цілей, аналіз, планування маркетингових заходів, моніторинг [1].

Система маркетингу не може успішно працювати, якщо попередньо не зібрана інформація про ринок, конкурентів і споживачів. Інформація про ринок повинна надходити й оновлятися постійно й бути частиною щоденної роботи всієї структури маркетингу підприємства.

На основі маркетингового дослідження діяльності будівельних підприємств України були розроблені методи стимулювання клієнтів, які наведені в таблиці 1.

Таблиця 1. - Методи стимулювання попиту клієнтів

№	Методи стимулювання клієнтів
1	Гарантія повернення грошей за придбану продукцію
2	Вручення цінних подарунків
3	Надання знижок і бонусів за певний обсяг купівлі і її регулярність
4	Постачання частини продукції безкоштовно
5	Різке зниження ціни продукції
6	Презентація нових видів продукції
7	Продаж продукції в кредит

На основі теоретичного та емпіричного дослідження було встановлено, що маркетинг - це діяльність, спрямована на створення попиту та досягнення цілей підприємства через максимальне задоволення потреб споживачів. Будь-який продукт - це укладена в упаковку послуга для вирішення якоїсь проблеми. Завдання діючого ринку - виявити приховані за будь-яким товаром потреби і продавати не властивості цього товару, а вигоди від нього.

Серед основних напрямів за допомогою яких можна домогтися ефективної роботи підприємств на ринку України, пропонується виділити наступні:

- ✓ систематичне оновлення асортименту надаваних послуг, шляхом впровадження нових технологій;
- ✓ ретельно спланована рекламна компанія;
- ✓ можливість впливу на вартісну структуру ринку у порівнянні з конкурентами.

От чому маркетинг в інформаційну, постіндустріальну еру являє собою цілий світ, переповнений для знаючої людини необмеженими можливостями по збільшенню об'ємів продажів.

Список літератури: 1. Борисов А.Б. Большой экономический словарь /А.Б. Борисов // М.: Книжный мир,1999. - 895с. 2. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ / Ф Котлер // М.: Ростингер, 1996. – 704 с. 3. Старостіна А.О. Основы маркетингу. Теорія та господарські ситуації /А.О. Старостіна, О.В. Зозульов // [навч. посіб.]. - К.: Торгмарк, 2005. - 132 с. 4. Чубукова О.Ю. Економіка інформації: ринок продуктів та послуг / О.Ю. Чубукова // К.: Нора-Прінт, 2001. — 344 с.

НАЗАРОВА Г.Г., магістрант НТУ «ХПИ», гр. ЭК-176

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

На современном этапе развития рыночных отношений особая роль отводится задачам совершенствования инновационной составляющей

предпринимательской деятельности предприятий для повышения эффективности бизнеса. Традиционные методы ведения бизнеса в условиях современной экономики не в полной мере соответствуют тенденциям развития организаций. Электронная коммерция способна значительно увеличить экономическую эффективность предприятий.

В силу того, что интернет коммерция с каждым годом набирает все большую популярность и количество запускаемых проектов в этой сфере неуклонно растет, остается актуальным вопрос как же правильно оценить эффективность этих проектов в соответствии с их особенностями, новизной и уникальностью. Выделяют следующие особенности оценки интернет-проектов: 1) особенности оценки венчурных проектов; 2) особенности оценки СМИ; 3) особенности оценки магазинов; 4) особенности оценки в условиях быстрорастущего рынка; 5) прикладной характер большинства проектов; 6) непубличность, отсутствие близких аналогов [1].

В связи с тем, что интернет-проекты обычно являются прикладными и оказывают информационное и рекламное воздействие на целевую аудиторию, при расчете эффективности следует оценивать стоимостные значения нескольких факторов: 1) потока денежных средств от размещения рекламы на сайте или портале; 2) опосредованного влияния сайта на привлечение клиентов и потенциала возможностей по продвижению новых продуктов [2].

К инновационному инвестиционному проекту применимы все инструменты финансовой и экономической оценки, свойственные любому инвестиционному проекту [3].

В первую очередь речь идет о методе дисконтированных денежных потоков, дающем наиболее точную оценку всех финансовых затрат и результатов проекта. Также при оценке эффективности инвестиционного проекта следует использовать количественный подход к рассмотрению "рискованности" инвестиционного проекта.

Одним из наиболее распространенных на практике способов определения

ставки дисконтирования является кумулятивный метод оценки премии за риск.(ССМ) [4]. Учитывая специфику интернет-проекта и соответственно факторов рисков, влияющие на размер ставки дисконтирования данного вида проектов в сфере инноваций, выделим следующие составляющие премий за риски: 1) условно безрисковая ставка, 2) риск ненадежности участников проекта, 3) риск неполучения предусмотренных доходов, 4) страновой риск.

Страновой (политический) риск обычно усматривается в возможности непрогнозируемых негативных изменений экономического окружения, связанных с изменением государственной инвестиционной, налоговой, таможенной и финансовой политики.

Для интернет-проекта премия за риск ненадежности участников проекта усматривается в: а) возможности непредвиденного прекращения реализации проекта, б) финансовой неустойчивостью фирмы, реализующей проект

Риск неполучения предусмотренных проектом доходов обусловлен прежде всего техническими, технологическими и организационными решениями проекта, а также случайными колебаниями объемов производства.

Оценка эффективности инновационного проекта должна подвергаться переосмыслению и корректировке на регулярной основе, с обязательным учетом достигнутых результатов и изменившихся внутренних и внешних условий реализации проекта

Список литературы: 1. *Калинина А.Э.* Интернет-бизнес и электронная коммерция: Учебное пособие. — Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2004. — 148 с. 2. *Gary Schneider* "Electronic Commerce", Course Technology, 2008 3. *Синадский В.* Расчет ставки дисконтирования // «Финансовый директор» № 4, 2003. 4. <http://www.provectum.ru/proarticles/54-likbarticles/78-osobennosti-ocenki-innovatcionnyh-proektov>

НЕЧИВІЛОВА Н.І., аспірант, **ШАПОВАЛОВА Т.Ю.**, к.е.н., доцент
МІПО НТУ “ХПІ”

МАЛЕ ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМСТВО – ОСОБЛИВА ФОРМА ОРГАНІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Перехід економіки України на інвестиційно – інноваційну модель розвитку, за якою впровадження досягнень науково – технічного прогресу та інновацій стає для підприємців життєвою необхідністю, вимагає підвищеної уваги щодо функціонування малих інноваційних підприємств (МІП).

Виходячи з світового досвіду, найбільш поширеною, ефективною і особливою формою організації інноваційної діяльності є малі інноваційні підприємства.

З національної точки зору МІП є ефективним інструментом постійного оновлення всіх елементів виробничих процесів, забезпечення високої конкурентоздатності продукції, робіт і послуг. Вони здатні динамічно і гнучко реагувати як на зміни споживчого попиту, так і на нові пропозиції і перспективи, які відкриваються на базі результатів науково-дослідних і конструкторських робіт. При інноваційній діяльності вони, як правило, не вимагають значних інвестицій і залучення істотних матеріальних, трудових та енергетичних ресурсів.

Малі інноваційні підприємства – це структурна частина сектору малого підприємництва з властивими йому особливостями та функціями, що дозволяє розглядати цю форму господарювання, як самостійне економічне явище.

В господарському механізмі МІП виконують певні функції, займаючи власні позиції в певних галузях економіки і в самому процесі нововведень. Крім того, на малих інноваційних підприємствах формується специфічний тип підприємницької поведінки, яка обумовлена інноваційною складовою.

МПП можуть виступати в різних організаційних формах, вибір яких залежить від масштабів, науково-технічних напрямів та інших особливостей здійснюваної інноваційної діяльності.

Серед цих форм: венчурні, впроваджувальні, інжинірингові фірми та фірми спін-офф. Велике значення для підвищення життєздатності цих фірм має система організації доступу до механізму передачі технологій та результатів наукових розробок у виробництво на основі їх інтеграції з великими компаніями.

Інтеграція між малими, середніми та великими підприємствами, головними формами якої є субпідряд, франчайзинг, лізинг та венчурне фінансування, - характерна риса економіки сучасних ринкових систем. Зокрема, субпідряд ефективно використовується для виробничо-збутової інтеграції, франчайзинг і лізинг – для виробничо-фінансової, а венчурне фінансування є найефективніша форма інноваційної інтеграції.

Венчурні фірми, як правило, безприбуткові, тому що не займаються виробництвом. Вони перепередають свої результати фірмам-експерентам, пацієнтам, віолентам і комутантам. Венчурні фірми займаються радикальними інноваціям, а пацієнти, віоленти і комутанти – поліпшувачими. Заходи менеджменту і маркетингу інновацій істотно відрізняються залежно від типу інноваційного підприємства.

Основними проблемами, які стримують активність МПП, є проблеми: фінансового характеру внутрішньовиробничого характеру, ринкового характеру, організаційно-комунікаційного характеру, інформаційного характеру.

Вирішити ці проблеми можна за рахунок реалізації державної політики з підтримки МПП в двох напрямках: створення загальних умов функціонування підприємництва; сприяння суб'єктам підприємництва в здійсненні інноваційної діяльності спеціальними заходами. Підтримка МПП пріоритетний напрямок державної інноваційної політики всіх країн з

розвинутою ринковою економікою. Така підтримка носить стратегічний характер та націлена на здійснення технологічного прориву з найперспективніших напрямів НТП.

ОЛЕЙНИК Е.Л., магістрант, г. Харків, НТУ «ХПИ»

РОЛЬ И МЕСТО РЕКЛАМЫ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА

Реклама – специфическая область массовой коммуникации в условиях рыночной конкуренции между рекламодателями и различными аудиториями с целью активного воздействия на эти аудитории, которое должно способствовать решению определенных маркетинговых задач рекламодателя.

Реклама привлекает внимания к товару, услуге конкретного производителя, торговца, посредника и распространителя за их счет и под их маркой предложений, призывов, советов, рекомендации купить этот товар или услуги.

Реклама стала неотъемлемой и активной частью комплексной системы маркетинга, уровень развития которой определяет качество и эффективность рекламно-информационной деятельности производителя и ее соответствие новым требованиям мирового рынка.

В последнее время конкурентная борьба между фирмами усилилась и во всем мире повысилась маркетинговая активность, особенно у фирм, ориентированных на экспорт.

Все большие материальные средства и интеллектуальный потенциал вкладываются в развитие маркетинговой и, как следствие, рекламной деятельности.

Реклама является каналом распространения информации на рынке, а также предпосылкой обратной связи с ним.

Реклама отличается огромным разнообразием форм. Однако ее главное, традиционное назначение — обеспечение сбыта товаров и прибыли рекламодателю.

Формируя спрос и стимулируя сбыт, заставляя потребителей покупать товары и ускоряя процесс "купли-продажи", а отсюда оборачиваемость капитала, реклама выполняет на рынке экономическую функцию.

Кроме того, реклама осуществляет и информационную функцию, обеспечивая потребителей направленным потоком информации о производителе и его товарах, в частности, их потребительской стоимости.

Реклама, являясь частью системы маркетинга, перешагивает узкие рамки информационной функции и берет на себя еще функцию коммуникационную.

Реклама также реализует контролируюшую и корректирующую функции с помощью анкет, опросов, сбора мнений, анализа процесса реализации товаров.

Используя свои возможности направленного воздействия на определенные категории потребителей, реклама все в большей степени выполняет функцию управления спросом. Управляющая функция становится отличительным признаком современной рекламы, предопределенным тем, что она является составной частью системы маркетинга.

Практика западных стран показывает, что на микроуровне почти любое состояние потребительского спроса может быть изменено маркетинговыми действиями, включающими целенаправленные рекламные мероприятия, до такой степени, чтобы он соответствовал реальным производственным возможностям фирмы или ее сбытовой политике.

Если спрос негативный, то реклама создает его в соответствии с принципами конверсионного маркетинга, отсутствующий спрос стимулирует (стимулирующий маркетинг), потенциальный спрос делает реальным (развивающий маркетинг), снижающий восстанавливает (ремаркетинг), колеблющийся стабилизирует (синхромаркетинг), оптимальный спрос фиксирует на заданном уровне (поддерживающий маркетинг), чрезмерный

снижает (демаркетинг), иррациональный спрос сводит до нуля (противодействующий маркетинг).

ОЛЬШЕВСКА О.О., ЄРІС Г.М., ПАТИЦЬКА О.В.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ І РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Актуальність теми полягає в тому, що формування та створення ринкової економіки потребує від підприємств України раціонального і економічно обґрунтованого підходу до планування своєї діяльності, до визначення стратегії фінансової і виробничої політики, аналізу й оцінки отриманих результатів. Саме завдяки вибору ефективних шляхів підвищення прибутковості і рентабельності підприємства залежить досягнення максимально можливого позитивного фінансового результату, а отже і розвиток кожного окремого підприємства та країни в цілому.

Серед авторів, які займаються питаннями прибутковості підприємницької діяльності, необхідно зазначити таких як Бандурка А.М, Савицька Г.В., Поддєрьогін. А.М., Бець М. П., Бутинець Ф. Ф. ,Заруба О.Д., Кононенко О., Цал-Цалко Ю.С та ін..

Виклад основного матеріалу. Прибуток є абсолютною величиною, основним джерелом фінансування розвитку підприємства, удосконалення його матеріально технічної бази, забезпечення всіх форм інвестування. Проте, більш об'єктивну оцінку можна отримати, використовуючи показників рентабельності, які представляють собою відносну характеристику ефективності діяльності підприємства і його фінансових результатів.

Можна виділити ряд найважливіших шляхів і факторів підвищення рентабельності підприємства, поділивши їх на внутрішні та зовнішні.

Зовнішні фактори:

- зниження податкового навантаження на підприємства;

- підтримання обмінного курсу гривні та митних тарифів;
- проведення ефективної банківської політик через зниження процентних ставок по кредитах та створення надійних механізмів рефінансування виробничої діяльності;
- значне розширення внутрішнього ринку.

Внутрішні фактори:

- створення умов для використання вітчизняного металу, що на сьогодні є економічно неефективним через високу ціну, яка зумовлена ціновою політикою природних монополій;
- створення резервних фондів, забезпечення виробничого процесу диверсифікованими фінансовими інструментами;
- покращення маркетингу, пов'язане з коригуванням стратегії і тактики маркетингу. Якщо неефективно працює відділ маркетингу, то підприємство втратить багато потенційних споживачів і ринків збуту продукції.
- усунення каналів втрати прибутку (виплата різних штрафів, пені, неустойок);
- підвищення якості продукції, її конкурентоспроможності. Це можна досягнути за рахунок зниження собівартості, покращення дизайну, зовнішнього вигляду продукції.

Отже, без ефективного функціонування підприємства не можливо створити раціональну структуру економіки. Тому, підприємства повинні постійно шукати ефективні та раціональні шляхи підвищення конкурентоспроможності власної продукції, вдосконалення виробництва, що сприятиме зростанню рентабельності та прибутковості підприємства.

ОЛЬШЕВСЬКА О.О., ТРОЯН В.І., СЛЮСАРЕНКО І.С.

БАНКРУТСТВО ПІДПРИЄМСТВА В УКРАЇНІ: СУТНІСТЬ ТА ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ

Банкрутство підприємств в Україні є поширеним явищем сьогодення. Досить велика кількість підприємств щороку проходить процедуру банкрутства, наслідком якої може бути їх ліквідація.

Загалом, банкрутство, у сучасному світі, є одним з необхідних інструментів розвиненої ринкової економіки, до якого бізнесмени вдаються з метою "очищення" від боргів, щоб потім продовжувати підприємницьку діяльність у якісно новому стані.

Актуальність проблеми банкрутства підприємства в Україні особливо загострюється у зв'язку з кризовими явищами в економіці країни як в цілому, так і на рівні кожного окремого підприємства. Дослідженню різних аспектів банкрутства присвячені роботи таких зарубіжних та вітчизняних вчених-економістів, як П.Ф. Друкера, М.Хаммера, Дж. Чампі, А.І. Бланка, Ф.Бутинця, Л.О. Ліготенко, О.О. Терещенко, Третяк О. та ін.

Поняття банкрутство походить від італійських слів: *bankus* - банк, контора, торгівельний заклад; *rotto* - руйнувати, зачиняти заклад. У дослівному розумінні банкрутство означає відмову громадянина або фірми сплачувати за власними борговими зобов'язаннями через брак коштів.

В економічній літературі існують різні підходи щодо визначення поняття банкрутства.

Терещенко О.О розглядає банкрутство підприємства як наслідок глибокої фінансової кризи, система заходів щодо управління якою не дала позитивних результатів [4].

Дещо інший напрямок трактування має Третяк О., який розглядає банкрутство як наслідок неплатоспроможності суб'єкта. На його думку, банкрутство – це пов'язана з недостатністю активів у ліквідній формі

нездатність юридичної особи – суб'єкта підприємницької діяльності задовольнити вимоги своїх кредиторів в установлений для цього строк [5].

Однак, згідно з Законом України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом», банкрутство – це визнана господарським судом неспроможність боржника відновити свою платоспроможність та задовольнити визнані судом вимоги кредиторів не інакше як через застосування ліквідаційної процедури [1].

З наведених визначень випливає, що поняття «банкрутство» є як економічною так і юридичною категорією.

З економічної точки зору банкрутство є неспроможністю продовження суб'єктом своєї підприємницької діяльності внаслідок її економічної нерентабельності, безприбутковості. Суб'єкт підприємництва має стільки боргів перед кредиторами і зобов'язань перед бюджетом, що коли їх вимоги будуть пред'явлені у визначені для цього строки, то майна суб'єкта — активів у ліквідній формі — не вистачить для їх задоволення.

Юридичним аспектом банкрутства полягає насамперед у тому, що в суб'єкта є кредитори, тобто особи, що мають документовані майнові вимоги до нього як до боржника. Це майнові правовідносини банкрутства, здійснення яких у встановленому законом порядку може призвести до ліквідації суб'єкта підприємництва.

Причин (факторів), що призводять до виникнення банкрутства підприємства існує дуже багато. Загалом їх можна поділити на внутрішні (ендогенні) і зовнішні (екзогенні) . Внутрішні причини виникнення банкрутства можна згрупувати наступним чином: виробничі фактори, фактори з управління, планування, організації та контролю. Щодо зовнішніх причин виникнення банкрутства, то найбільш доцільним є їх об'єднання у такі групи факторів як: економічні, політичні, демографічні, природні [2].

На сьогодні в Україні спостерігається стійка тенденція до збільшення кількості порушених справ про банкрутство. Станом на початок 2009 р.

загальна кількість порушених справ про банкрутство вітчизняних підприємств становила 14642, кількість припинених справ – 502, із них лише 9 підприємств відновили платоспроможність. Станом на початок 2010 р. загальна кількість порушених справ про банкрутство вітчизняних підприємств становила – 15546, кількість припинених справ -601, із них лише 19 підприємств змогли відновити платоспроможність[3].

На нашу думку, основними факторами неплатоспроможності українських підприємств є внутрішні фактори, а саме – неефективне управління господарською та фінансовою діяльністю; низький рівень маркетингу та втрата ринків збуту; недостатній рівень кваліфікації персоналу; низький рівень техніки, технології й організації виробництва; погана клієнтура; відсутність своєчасної внутрішньої звітності; незадовільна робота служб контролінгу та ін.

Отже, відновити платоспроможність і уникнути банкрутства суб'єкта господарювання можна шляхом використання процедури санації.

Наслідки банкрутства є негативними для України, оскільки зменшується кількість підприємств, що в свою чергу призводить до зменшення пропозиції товарів, робіт чи послуг, зростає рівень безробіття, зменшуються податкові надходження до держбюджету та ін.

Список літератури: 1.Закон України «Про поновлення платоспроможності підприємства або визнання його банкрутом» від 14.05.1992 р. з наступними змінами. 2. *Іванілов О. С.* Економіка підприємства [Текст] : підручник / О. С. Іванілов. - К. : Центр учбової літератури, 2009. - 728 с. 3.Офіційний сайт Державного комітету статистики України [електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua/ 4. *Терещенко О. О.* Фінансова санація та банкрутство підприємств: навчальний посібник. — К.:КНЕУ, 2000. — 410 с. 5. *Третьак О.* Про проблему банкрутства підприємств/Третьак О. // Економіка України. – 2000. - № 2. – С. 46-50.

ПОТАШНАЯ Н.А., студентка, г. Харьков, НТУ «ХПИ»

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ РИСКА

Даже в самых благоприятных экономических условиях для предприятия всегда сохраняется возможность наступления кризисных явлений. Такая возможность ассоциируется с риском.

Риск является одной из базисных концепций экономической и финансовой теории. Будучи весьма сложной и многоаспектной категорией, риск лежит в основе принятия всех без исключения финансовых и управленческих решений.

В экономической литературе встречаются два подхода к интерпретации риска. Первый из них, более широкий, трактует риск как любую неопределенность в будущем состоянии внешней и внутренней среды фирмы. А поскольку любая деятельность экономических субъектов носит характер неопределенности относительно будущих результатов и состояния дел, значит, деятельность эта по своей природе является рискованной. Такая широкая трактовка связана в основном с математическими описаниями уровня риска как широты возможного разброса значений экономических показателей вокруг ожидаемой (желаемой или нормальной) величины.

Однако в анализе финансово-хозяйственной деятельности предприятия получила распространение более традиционная трактовка риска, которая относит к рисковым ситуации, связанные не с неопределенностью вообще, а только с возможностью наступления неблагоприятного исхода.

Не следует думать, что неблагоприятным исходом в финансово-хозяйственной деятельности предприятия является только возможность получения прямых убытков или потерь. При анализе, особенно при планировании деятельности, следует оценивать также и такие неблагоприятные события, как:

- 1 Возможность недополучения дохода или упущенную выгоду;

2 Получение дохода или прибыли ниже запланированного (или желаемого собственниками) уровня;

3 Создание ситуации, которая может привести к убыткам или недополучению доходов в будущем.

С точки зрения природы рисков выделяют следующие их виды.

1. Экономический (рыночный) риск – риск потери конкурентной позиции на рынке вследствие непредвиденных изменений в экономическом окружении фирмы, например, из-за роста цен на энергоносители, изменения таможенных тарифов, налоговых ставок и т.п.

2. Политический риск – риск прямых убытков и потерь или недополучения прибыли из-за неблагоприятных изменений политической ситуации в стране или действий местной власти.

3. Производственный риск – риск невыполнения производственного плана из-за нарушения контрактных обязательств контрагентами предприятия, недостаточной квалификации сотрудников, сбоев в поставках комплектующих или в работе оборудования, а также из-за недостатков планирования.

4. Финансовый риск – риск, связанный с формированием состава источников финансирования предприятия и с проведением операций с его активами. Наиболее часто в своей деятельности предприятия сталкиваются с кредитным, процентным, валютным рисками. Под кредитным риском понимается вероятность невыплаты кредитору причитающихся ему средств, процентный риск связан с возвратом средств по кредитным договорам с плавающими процентными ставками, а валютный – с возможностью убытков при изменении валютных курсов.

В определенной степени поддаются контролю лишь производственный и финансовый риски. Разумеется, полностью избежать их невозможно, поскольку они внутренне присущи самой предпринимательской деятельности. Однако разумная производственная и финансовая политика,

проводимая на основе анализа деятельности предприятия, позволит, с одной стороны, уменьшить вероятность реализации неблагоприятных ситуаций, а с другой – свести к минимуму отрицательные последствия этих ситуаций, если они все-таки наступили.

Таким образом, процесс идентификации и оценки рисков следует начинать с ответов на следующие вопросы:

- Каковы основные источники риска?
- Каковы возможные потери, денежные и неденежные, от наступления неблагоприятных обстоятельств?
- Какова вероятность реализации того или иного уровня потерь?
- Каков наихудший вариант развития событий?
- Не превышают ли возможные потери ожидаемые от осуществления данного вида деятельности выгоды?
- Можно ли снизить вероятность наступления неблагоприятного исхода? Что для этого следует сделать?
- Не породят ли эти действия новые виды рисков? Если да, то следует ли прибегать к такой защите?

Наиболее актуален анализ рисков для процедур планирования. При долгосрочном (стратегическом) планировании деятельности компании наибольшее внимание следует уделять анализу внешних рисков, прежде всего риску потери конкурентного преимущества. Для разработки и реализации текущих (оперативных) планов решающее значение играет правильная оценка производственных и финансовых рисков.

При разработке различных планов и нормативов следует учитывать возможные риски, предусматривая в самих планах не только оптимальные, но и самые пессимистические варианты развития событий.

Список литературы: 1. *І.Ю. Івченко* Економічні ризики: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. 2. *Вітлінський В.В., Верченко П.І.* Аналіз, моделювання

та управління економічним ризиком: Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. - К.: КНЕУ, 2000. 3. *Побольнак Н.Ю.* Класифікація ризиків та методи їх зниження / Н.Ю. Побольнак // Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка». – 2002. – №457. – С. 23-32. 4. *А.О. Старостіна* Ризик-менеджмент: теорія та практика : навч. посіб. / А.О. Старостіна, В.А. Кравченко. – К.: ІВЦ «Вид-во «Політехніка», 2004. – 200 с.

РАДКІВСЬКА О.В., МАМАЛИГА С.В., м. Вінниця, ВНАУ

АНКЕТА ЯК ОСНОВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ЗБИРАННЯ ПЕРВИННОЇ ІНФОРМАЦІЇ

Для ефективної ринкової діяльності, ведення цілеспрямованої конкурентної боротьби фірмам необхідна інформація про ринок, яку можна отримати за допомогою маркетингових досліджень.

Фундаторами сучасної методології маркетингових досліджень є вчені: Г. Армстронг, Г.Черчилль, Ф. Котлер, І. Беляєвський, С. Близнюк, В. Полторак та багатьох інших вчених. [1, 138].

Первинна інформація в сучасних умовах є основним джерелом маркетингових даних. Вона має значні переваги над вторинною: конкретну спрямованість на вирішення потрібних маркетингових проблем, доступність і надійність, оскільки методологія їх збирання відома.

Одним із основних інструментів збору первинної інформації є анкета. Анкету готують окремо для кожного опитування, дотримуючись у цьому разі чітких вимог до її створення. Зазвичай анкета складається з 3 частин:

1. Вступ, у якому визначені мета маркетингового дослідження, інформація про користь для респондента, дані про те, хто виконує опитування.

2. Основна частина, яка безпосередньо стосується вирішення поставлених дослідженням питань.

3. Дані про респондента — вік, стать, належність до певного класу, сімейний стан, сфера діяльності. Зазвичай виносять у кінець анкети, щоб не

завадити бажанню респондента взяти участь в опитуванні. [2, 286].

На нашу думку, демографічну інформацію про респондента потрібно подавати в кінці анкети для того, щоб більш детально познайомитися з ним та викликати, певною мірою, довіру до респондента.

В анкетах використовують запитання двох типів: відкриті і закриті. Відкрите запитання надає респондентові можливість відповідати своїми словами. Відповіді на них містять більше інформації, але їх складніше обробляти. Закрите запитання містить усі можливі варіанти відповідей і опитуваний просто вибирає один із них. Складаючи анкету, доцільно дотримуватися певних вимог. Так, форма анкети має бути простою, а кількість запитань не перевищувати 10-15. Анкета з більшою кількістю запитань втомлює респондента, зменшує його зацікавленість. Важливим є дотримання послідовності запитань: спочатку базова інформація, потім класифікаційні дані, а насамкінець — ідентифікація респондента. Анкета повинна починатись з питань, що торкаються інтересів респондентів, у загальному випадку питання повинні слідувати від загального до конкретного, від складного до простого. Перше питання – вступне закрите. Останнє – відкрите.

Великі проблеми в ході опитування спричиняє неправильне формування запитань, зокрема:

- “підштовхування” респондента до певної відповіді;
- двозначність запитання;
- запитання, яке може залишитися без відповіді, наприклад;
- два запитання в одному;
- неповне запитання.

Запитання мають викладати довіру, зацікавленість респондентів, мати чітку спрямованість, інтерпретуватись однаково всіма, не привертати спеціальної уваги до недоліків. Необхідно також враховувати зворотній зв'язок.

Складена анкета потребує попереднього тестування, коли перевіряється якість питань, конкретність відповідей, можливість обробки отриманої інформації. Якщо виявлено недоліки, до анкети вносять корективи [3].

Список літератури: 1. Григорук П.М. Виявлення та оцінка зв'язку між показниками в маркетингових дослідженнях // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010 - №5. – С. 138-141. 2. Нянько В.М. Необхідність та роль маркетингових досліджень в сучасних умовах управління // Сталий розвиток економіки. – 2010. - №16. – С. 284-288. 3. Піоварова О.Б. Методологія процесу проведення маркетингових досліджень. Електронний ресурс – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua>.

СИРОМ'ЯТНИКОВА О.В., аспірант НТУ «ХПІ»

ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДГРУНТЯ РЕФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ В КРИЗОВИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

З початку 2010 р. економіка України знаходиться на стадії подолання наслідків кризових явищ, які виникли під впливом світової фінансової кризи, але, незважаючи на деякі позитивні зрушення, темпи її відновлення є низькими та носять нестійкий характер,

Більшість науковців та експертів прогнозують можливу рецесію у світовій економіці як на рівні певного підприємства, так і на макроекономічному рівні, саме цьому необхідно застосування нових підходів до розробки дієвих заходів антикризового управління, що передбачає формування нових теоретичних засад та поглиблення розуміння перебігу кризових процесів та виникнення кризових явищ.

Історичний досвід перебігу системних кризових явищ, що виникали в економіці України, та аналіз функціонування промислових підприємств за цих умов дозволили сформулювати висновок, що характерною особливістю суб'єктів господарювання національного господарства є поступова адаптаційна реакція, яка загалом носить запізнюючий характер. Тільки своєчасне попередження та подолання кризових явищ за допомогою

механізмів антикризового управління дає можливість продовжити функціонування підприємства, забезпечити його відновлення та стійкий розвиток на тому самому або вищому рівні організації та ефективності. Таким чином, тільки шляхом передбачення кризових ситуацій на кожному етапі життєвого циклу, підприємство може зберегти платоспроможність та свої конкурентні переваги на ринку.

Для подолання негативних наслідків впливу екзогенних та ендегенних факторів та виведення промислових підприємств з кризового стану застосовується реформування суб'єктів господарювання на основі механізмів антикризового управління, яке являє собою підпорядковану систему заходів, спрямованих на запобігання кризових явищ, виведення підприємства з кризи і забезпечення ефективного і стійкого функціонування.

Основними теоретичними підходами до реформування підприємства як цілісної соціально-економічної системи є підходи, пов'язані з його реорганізацією та реструктуризацією. З нашої точки зору, підприємство по своїй суті є інтегратором багаторівневої системи з виробництва споживчих цінностей, з одного боку, спрямованих на задоволення суспільних потреб, з іншого – на досягнення цілей зацікавлених осіб. Таким чином, конструкційний устрій підприємства можна представити у вигляді багаторівневої системи. Причому з цих позицій підприємство виступає як інтегратор ресурсів (що формує потоки), бізнес-процесів, суб'єктів корпоративних відносин (визначає особливості корпоративного управління та устрою). В антикризовому управлінні стають суттєвими обмеження, що формує інституційне середовище у зв'язку із транзакційними витратами, законодавчими вимогами, інфраструктурними аспектами, фінансовими можливостями. Все це ставить вимоги до конфігурації ключових елементів системи.

З цих позицій реконструкція корпоративних систем полягає не тільки в зміні організаційної структури (реорганізації або реструктуризації) та

реконфігурації бізнес-процесів (реінжинірингу), а в повній реінтеграції основних елементів цілісних комплексів з виробництва продукції. Сама сутність антикризового управління, яка спрямована на забезпечення збереження суттєвих елементів системи як комплексу, що реалізує визначену суспільством функцію, стає у підґрунті формування цілеспрямованої системи визначення реінтеграційних аспектів в протилежність консервації системи, тобто витрачання резервів та зниження стійкості системи у довгостроковій перспективі.

Таким чином, умовах антикризового управління постає необхідність розробки та активного й комплексного застосування дієвого інструментарію реформування промислових підприємств, сутність якого полягає в формуванні адаптаційних процесів, спрямованих на активізацію внутрішніх можливостей, через суттєву зміну стратегії, реорганізацію та створення ефективної системи управління.

САБЛІН Д.О., магістр НТУ «ХПІ», м. Харків

ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ І ОСНОВНІ НАПРЯМИ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

В результаті переходу до ринкової економіки, підприємства звільнилися від опіки з боку держави, але при цьому різко підвищилася їх відповідальність за економічні та фінансові результати діяльності. У зв'язку з цим, будь-яке підприємство має чітко визначати не лише свою спільну, але і фінансову стратегію.

На думку А. А. Томпсона, А. Дж. Стрикленд [1, стр. 44], стратегія являє собою сукупність всіх дій керуючих, що сприяють досягненню цілей організації; діюча стратегія компанії частково спланована і частково реагує на обставини, що змінюються. С.Д. Ілленкова [2, стор 74] визначає стратегію як процес прийняття рішень, взаємопов'язаний комплекс дій в ім'я зміцнення життєздатності та потужності підприємства по відношенню до його

конкурентів, детальний всебічний комплексний план досягнення поставлених цілей.

О. С. Виханский [3, стр. 88], і А. І. Наумов [4, стор 167] вважають, що стратегія - це довгостроковий якісно визначений напрямок розвитку організації, що стосується сфери, засобів і форми її діяльності, системи взаємин усередині організації, а також позиції організації в навколишньому середовищі, що приводить організацію до її цілей. Згідно з думкою Боумена К.М. під фінансовою стратегією розуміють план, генеральний курс суб'єктів управління по досягненню ними стратегічних цілей улюбій сфері діяльності.

Стратегічне управління виникло на основі розвитку методології стратегічного планування, яке складає його сутнісну основу. Важливу роль для цілей стратегічного управління грає диференціація видів стратегій розвитку підприємства по їх рівнях. В системі функціональних стратегій підприємства фінансова стратегія займає одне з провідних місць

Під фінансовою стратегією розуміють набір методів, за допомогою яких фінансова політика реалізовуватиметься підприємством на практиці і вважають, що політика є первинною по відношенню до стратегії. А. Н. Жилкина [7, стор. 325] визначає фінансову стратегію як генеральний план дій із забезпечення підприємства грошовими коштами.

На думку И. А. Бланка [5, стор. 26, 27], фінансова стратегія є одним з найважливіших видів функціональної стратегії підприємства, що забезпечує усі основні напрями розвитку його фінансової діяльності і фінансових стосунків шляхом формування довгострокових фінансових цілей, вибору найбільш ефективних шляхів їх досягнення, адекватного коригування напрямів формування і використання фінансових ресурсів при зміні умов зовнішнього середовища. В. А. Слепов і Е.И.Громова [6, стор. 50].

Для будь-якого підприємства має велике значення розробка цінової політики, як складовій частині фінансової стратегії, оскільки від обраної

ними стратегії ціноутворення залежить успішне ведення їх комерційної діяльності в перспективі.

Стратегічний фінансовий аналіз - це процес вивчення впливу чинників зовнішнього і внутрішнього середовища на результативність здійснення фінансової діяльності підприємства з метою виявлення особливостей і можливих напрямів її розвитку в перспективному періоді.

Кінцевим продуктом стратегічного фінансового аналізу є модель стратегічної фінансової позиції підприємства.

Основним завданням процесу реалізації фінансової стратегії є створення на підприємстві необхідних передумов для здійснення фінансової підтримки його базової корпоративної стратегії і успішного досягнення кінцевої стратегічної мети його фінансового розвитку, що передбачається.

Важливість прогнозування фінансового стану пов'язана з тим, що без передбачення основних його показників підприємство не має змоги планувати розвиток своєї матеріально-технічної бази, розумно будувати свої господарські відносини з покупцями й постачальниками, банками та іншими партнерами.

Список літератури: 1. Томпсон А. А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. - М: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. - 576 с. 2. С. Д. Ильенкова, Л. М. Гохберг, С. Ю. Ягудин и др. Инновационный менеджмент /; Под ред. С. Д. Ильенковой. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. - 327 с. 3. Виханский О. С. Стратегическое управление / О. С. Виханский. - М.: Гардарики, 2003. - 296 с. 4. Виханский О. С., Наумов А. И. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс / О. С. Виханский, А. И. Наумов. - М.: «Фирма Гардагика», - 1996. - 416 с. 5. Жигалкина Н. В. Формирование финансовой политики организации собственного оборотного капитала / Н. В. Жигалкина // Финансовый вестник ВГАУ. - Воронеж, 2006. - Выпуск 16. - С. 106 - 109. 6. Фомин П. А. Стратегическое финансовое планирование хозяйствующего субъекта / П. А. Фомин // Финансы и кредит. - 2003. - ? 5. - С. 52 - 58. 7. Т.Г. Морозова -Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учебное пособие / ред.. - М.: ЮНИТИ, 1999. - 318 с. 8. Серебряков С. В.

Финансовая стратегия по территориальному признаку / С. В. Серебряков // Банковское дело. - 2001. - 3. - С. 2 - 6. **9.** Слепов В. А. Финансовая политика компании / В. А. Слепов // Финансы. - 2003. - 9. - С. 56 - 59. **10.** Слепов В. А., Громова Е. И. О взаимосвязи финансовой политики, стратегии и тактики / В. А. Слепов, Е. И. Громова // Финансы. - 2000. - ? 8. - С. 50 - 53. **11.** А. Н. Петров, Л. Г. Демидова, Г. А. Буренина и др. Стратегический менеджмент / А. Н. Петров, Л. Г. Демидова, Г. А. Буренина и др.; Под ред. А. Н. Петрова. - СПб: Питер, 2006. - 496 с.

СЛОБОДЯНИК Н.П., к.е.н., доц., **ТАБАЧНИКОВА Н.В.**, студент м. Вінниця, ВТЕІ КНТЕУ

ІННОВАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Всім відомо, що одним із вагомих інструментів економічного зростання є інновації. Незважаючи на позитивні зрушення в економіці України з упевненістю можна стверджувати про низький інноваційний потенціал вітчизняних промислових підприємств.

Проте, в останнє десятиріччя українська економіка знаходиться у якісно нових економічних, соціальних і політичних умовах, які багато в чому визначили її нинішній стан. Наукові організації, вчені та, з рештою, самі підприємці намагалися адаптуватися до нових умов. Така адаптація відбулася за відсутньої своєчасної реакції з боку держави, обґрунтованих стратегічних рішень, націлених на адекватну трансформацію науки і підвищення її ролі в забезпеченні інноваційного зростання економіки України. Зараз є необхідним використання світового досвіду державної підтримки інноваційних процесів.

На сьогодні досить багато керівників вітчизняних промислових підприємств й досі акцентують увагу саме на обсягах виробництва та збуту, маючи перевагу у вигляді дешевої робочої сили, сировини тощо, коли підприємства економічно розвинених країн світу давно усвідомили той факт, що саме інноваційність є найважливішим фактором, який забезпечує конкурентну перевагу підприємства в умовах зростання конкуренції. Тому

важливо розуміти сутність інновацій, сфери, де вони можуть здійснюватися, а також їхню роль у діяльності промислових підприємств України.

Для впровадження у виробництво різного роду інноваційних розробок, аби підвищити конкурентоспроможність економіки, необхідно: удосконалити умови інноваційної діяльності, опрацювати механізм державного замовлення на впровадження пріоритетних інновацій у виробництво; розвивати інноваційні структури; створити умови щодо розвитку процесів розповсюдження технологій з метою технологічного переоснащення виробництва; розширити прошарок ефективних власників за рахунок вдосконалення правової основи тощо.

Україна володіє високим потенціалом розвитку промисловості, в межах кожного окремого регіону. Це пов'язано зі значними сировинними ресурсами, розвинутим паливно-енергетичним комплексом та транспортною структурою, розвинена виробнича та науково-технічна база, значний кадровий потенціал. Окрім того, промисловим підприємствам притаманний замкнений технологічний цикл виробництва. Спостерігаються обсяги нарощування досвіду роботи не лише з підприємствами Близького зарубіжжя, а й з Європейськими країнами.

Інноваційна діяльність повинна бути спрямована на вирішення таких завдань, як забезпечення економічного розвитку промисловості регіонів на основі раціонального використання їхнього потенціалу, відтворення місцевих ресурсів та охорони природного середовища; розв'язання міжгалузевих науково-технічних та управлінсько-організаційних проблем, неопосередковано пов'язаних з особливостями регіону; підвищення технологічного та інформаційного рівня всіх сфер господарської діяльності з метою виробництва конкурентоспроможності продукції; реалізація стратегії розвитку регіонів України тощо.

Для вітчизняної економіки інновації та інноваційний розвиток є рушійною силою, яка спроможна забезпечити економічну незалежність

України, подолати розрив з розвиненими державами. Інноваційний розвиток забезпечуватиме впровадження нових технологій, передової техніки на діючих виробничих потужностях реального сектору економіки за рахунок техніко-технологічного переоснащення, особливо у паливно-енергетичному комплексі, металургії та обробленні металу, машинобудуванні.

КРАМСЬКОЙ Д.Ю., ст. викл., **ТАТЕВОСОВА К.А.**, студентка, м.Харків, НТУ „ХПІ”

УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Аналіз діяльності промислових підприємств України, а також методів класифікації і управління витратами в умовах високотехнологічного зовнішнього середовища підтвердив необхідність формування методичних засад оптимізації структури граничних витрат, які дозволяють підвищити конкурентоспроможність промислових підприємств. Теоретично узагальнено і удосконалено поняття “витрати підприємства”, під яким ми розуміємо сукупність видатків, які відповідають екстенсивному або інтенсивному напрямку розширення виробництва і пов’язані з виготовленням і реалізацією продукції. Обґрунтовано необхідність дослідження співвідношення цих витрат, як підстави для формування напрямку інноваційної політики підприємства.

Запропоновано новий підхід до класифікації витрат в залежності від швидкості їхньої зміни стосовно обсягу виробництва.

В ході дослідження проаналізовано питомі одноразові та питомі умовно-постійні витрати в динаміці та визначено їх нормативне співвідношення, яке є по суті оптимальним співвідношенням швидкостей зміни питомих одноразових та умовно-постійних витрат. При цьому умовно-постійні витрати на одиницю продукції мінімальні. Запропонована класифікація витрат дозволяє визначити вплив витрат, що мають інноваційну складову на

витрати, що її не мають.

Обґрунтовано, що легальні форми кооперації (лізинг, франчайзинг, венчурний бізнес і субпідряд) сприяють підвищенню конкурентоспроможності промислового виробництва, оскільки покращують структуру витрат промислових підприємств, стимулюють поліпшення галузевої структури промисловості за рахунок поглиблення процесів спеціалізації і кооперації, більш ефективного використання національних ресурсів, підвищення інвестиційної активності і зростання кількості малих промислових підприємств. Встановлено, що нелегальні форми кооперації малих і великих промислових підприємств сприяють зниженню конкурентоспроможності промислового виробництва, оскільки погіршують структуру витрат великих промислових підприємств, сприяють нераціональному розміщенню національних ресурсів, підтримують нерентабельні галузі за рахунок їхнього побічного субсидування, стимулюють монополізацію ринку та інші негативні тенденції в економіці.

Таблиця 1 - Основні відмінності в традиційному та авторському підходах до класифікації витрат

Часовий період	Традиційний підхід		Авторський методологічний підхід		
	Коротко-строковий	Довгостроковий	Коротко-строковий	Середньостроковий	Довгостроковий
Витрати, що відносяться до відповідного часового періоду	<ul style="list-style-type: none"> постійні змінні 	<ul style="list-style-type: none"> змінні 	<ul style="list-style-type: none"> одноразові постійні змінні 	<ul style="list-style-type: none"> одноразові змінні умовно-постійні 	<ul style="list-style-type: none"> умовно-одноразові змінні умовно-постійні
Існування або відсутність негативного ефекту масштабу	існує		існує		

Причина виникнення негативного ефекту масштабу	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ускладнення передачі інформації; ▪ розростання ієрархічного апарату; ▪ бюрократична тяганина, тощо 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ перевищення швидкості росту питомих умовно-постійних витрат над швидкістю зниження питомих одноразових витрат, що пов'язано з моральним і фізичним старінням технологій.
--	--	--

Запропоновано економічний механізм оптимізації структури граничних витрат на основі аналізу швидкостей зміни питомих одноразових і умовно-постійних витрат, який дозволяє підприємству виявити резерви підвищення економічної ефективності, а також прийняти рішення щодо своєчасної чергової модернізації технологічної бази.

Оцінено рівень економічного ефекту від застосування нової технології та резервів підвищення економічної ефективності, що склалися за рахунок припинення впливу одноразових витрат на умовно-постійні. Ця процедура припускає розмежування загальних витрат на одиницю продукції відповідно до авторської класифікації, визначення співвідношення швидкостей розподілу одноразових і умовно-постійних витрат на обсяг випуску продукції, виявлення відхилення між поточною структурою граничних витрат та її нормативним значенням, розрахунок економічного резерву, і дозволяє визначити момент здійснення одноразових вкладень у розмірі даного резерву.

Запропоновано методичний підхід до вибору напрямку інноваційної політики на базі зіставлення варіантів поточної структури граничних витрат промислових підприємств з її нормативним значенням, що дозволяє підприємству більш повно задіяти економічні резерви, знижуючи загальні витрати на одиницю випуску продукції.

Проведено аналіз впливу одноразових витрат на умовно-постійні з використанням запропонованого коефіцієнту, котрий визначається, як відношення прогнозованого економічного ефекту до розміру одноразових

вкладень, та дозволяє підприємству не допустити виникнення негативного ефекту росту масштабів виробництва.

Список літератури: 1. Лебедев В.Г. и др. Управление затратами на предприятии: учебное пособие / под ред. проф. Краюхина Г.А. – СПб.: Бизнес–пресса, 2004. – 256 с. 2. Економіка виробничого підприємництва: Навч. посіб./ Й.М. Петрович, І.О. Будіщева, І.Г. Устінова та ін.; За ред. Й.М. Петровича. – 3–тє вид., випр. – К.: Знання, 2002. – 405 с. 3. Панасюк В. Управління витратами виробництва. – Тернопіль: Економічна думка, 1999. – 118 с.

ТКАЧЕВА Н.П., асистент, НТУ «ХПИ»

АДАПТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫМИ ПРИЕМУЩЕСТВАМИ

В литературе, посвященной анализу конкурентоспособности предприятий, встречается мнение, что конкурентное преимущество предприятия, как и всякое другое явление, не может существовать вечно. Это объясняется постоянным изменением конъюнктуры рынка, изменениями факторов, влияющих на достижение преимуществ, моральным и физическим старением элементов стратегического потенциала предприятия.

В связи с этим, мы считаем, что необходимо ввести понятия жизненного цикла конкурентного преимущества. Продолжительность жизненного цикла для различных фирм будет различной, однако характер кривой, описывающий жизненный цикл конкурентного преимущества фирмы, будет похожий.

Кривая жизненного цикла конкурентного преимущества состоит из отдельных участков, каждый из которых описывает зависимость уровня конкурентного преимущества от условий, возникающих в той или иной отрезок времени. Эти условия создают определенные предпосылки для темпов изменения уровня конкурентного преимущества. Рис. 1.

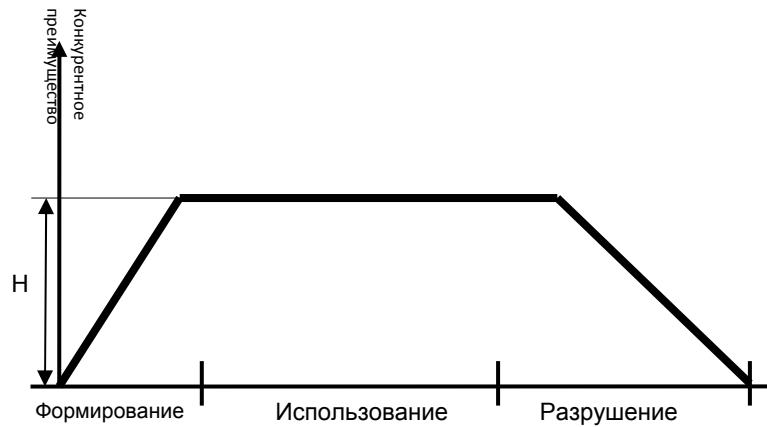


Рисунок 1. Кривая жизненного цикла конкурентного преимущества

Формирование – период, в рамках которого происходит формирование конкурентного преимущества;

Использование – период, в пределах которого конкуренты действуют с позиции прежних имеющихся конкурентных преимуществ;

Разрушение – конкуренты начинают разрушать конкурентное преимущество;

Н – величина преимущества, которая может быть выражена в виде показателя (в %).

На наш взгляд модель жизненного цикла имеет ряд недостатков:

а) Классический вариант кривой жизненного цикла может встретиться лишь в том случае, если предприятие достигает лидерства в умирающей отрасли и ее преимущества «умирают» вместе с отраслью благодаря тому, что конкуренты постепенно покидают арену борьбы. В перспективной отрасли компании всеми силами стараются поддерживать достигнутое преимущество, используя различные приемы конкурентной борьбы.

б) Модель предполагает, что, достигнув желаемой позиции в отрасли, предприятие не предпринимает действий для укрепления своих конкурентных преимуществ. На практике предприятия напротив, стремятся возвести такие барьеры для конкурентов, которые позволят им длительное время остаться лидерами, используя возможности для обновления своих конкурентных преимуществ.

Уровень развития национальной экономики в целом и отдельных отраслей и предприятий определяется достигнутым этими отраслями и предприятиями уровнем конкурентных преимуществ. Поскольку конкурентный статус предприятий формируется внешними и внутренними факторами, естественно полагать, что о своем стратегическом потенциале фирма должна заботиться сама.

Некоторые зарубежные экономисты (М. Arnoldo) пишут о невозможности создания устойчивого конкурентного преимущества. По их мнению, вместо этого, предприятия должны учиться конкурировать путем создания временных конкурентных преимуществ. Действительно, в современной высококонкурентной среде, в условиях ограниченных ресурсов, устойчивые конкурентные преимущества чрезвычайно редки, и для их создания требуется изучить все факторы, влияющие на достижение предприятием конкурентных преимуществ с учетом их функционирования в нестабильной экономике.

ТРОФИМОВА І.В., маг., НТУ «ХПІ», Харків

ВАЖЛИВІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Серед показників, що характеризують ефективність роботи підприємства показник собівартості займає визначне місце. Він відображає якість виробничо-господарської роботи всього підприємства і ступінь використання ресурсів, оскільки, по-суті є узагальнюючим.

Управління собівартістю завжди пов'язується із визначенням витрат, що її формують, розрахунком її планового та фактичного рівня, аналізом за структурою, плануванням та реалізацією резервів зниження.

Тенденція останніх років щодо збільшення собівартості продукції через збільшення вартості сировини та матеріалів, витрат на рекламу, та амортизацію говорить про необхідність пошуку підприємствами шляхів зниження собівартості.

Зниження витрат на 1 гривню продукції досягається двома способами:

- 1) збільшенням обсягу виробленої продукції;
- 2) ліквідацією непродуктивних витрат і невиправданих перевитрат за елементами і калькуляційними статтями, економнішим витрачанням матеріальних, трудових і грошових запасів і запровадженням прогресивних організаційних та технічних заходів підвищення ефективності виробництва [1].

Через аналіз собівартості виявляються непродуктивні витрати й невиправдані перевитрати. Часто виявляються похибки при подвійних розрахунках, а також враховується економія від невиконання заходів. Планування, спрямоване на зниження собівартості, потребує виключення цих помилок.

Сучасні умови жорсткої конкуренції між виробниками спонукають до ефективного управління резервами зниження собівартості. Заміна матеріалів більш дешевими не дає очікуемого ефекту, і може навіть зменшити обсяги реалізації. Найбільш ефективним шляхом зниження собівартості продукції є впровадження економічних технологій виробництва інноваційного характеру, оскільки за скороченням матеріальних витрат приховується більш значний резерв, ніж за зниженням трудомісткості.

Таким чином, ресурсозбереження виступає важливим фактором підвищення ефективності виробництва. Зменшення матеріаломісткості продукції дає змогу підприємству:

- 1) поліпшити своє фінансове становище завдяки зменшенню собівартості продукції та збільшенню прибутку;
- 2) збільшити обсяг випуску продукції за умов незмінності обсягів використання сировини та матеріалів;
- 3) завдяки зменшенню цін на продукцію успішно конкурувати з іншими підприємствами на ринках збуту [2].

Ще один значний резерв зниження собівартості продукції полягає у зменшенні витрат на управління. Ефективними у даному випадку, можуть бути економія, а також автоматизація управлінських процесів.

Витрати підприємства тісно пов'язані з фінансовим результатом підприємства. Модернізація виробничих процесів, впровадження нової техніки і технологій, заходи з ліквідації браку вимагають значних капіталовкладень. Однак, в основі скорочення собівартості – більший ефект і вплив на кінцевий фінансовий результат діяльності та стан підприємства.

Тож, вивчення собівартості і резервів її зниження дозволяє стверджувати, що українські підприємства мають підтримувати стратегію інноваційного розвитку країни. Сьогодні їх конкурентоспроможність може базуватися на нижчій вартості і екологічності виробництва продукції, а це досягається лише за рахунок впровадження новітніх технологій.

Список літератури: 1. Навч. посібник / М. А. Болюх, В. З. Бурчевський, М. І. Горбаток та ін.; За ред. акад. НАНУ, проф. М. Г. Чумаченка. — Вид. 2-ге, перероб. і доп. — К.: КНЕУ, 2003. — 556 с. 2. Внутрішній економічний механізм підприємства: навчальний посібник / В.М. Гончаров, Н.В. Касьянова, Н.В. Веценура, Д.В. Солоха та ін.. — Донецьк: СПД Купріянов В.С., 2007. — 284 с. 3. Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2003. — 504 с. 4. Планування діяльності підприємства: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / М. А. Белов, Н. М. Євдокимова, В. Є. Москалюк та ін.; За заг. ред. В. Є. Москалюка. — К.: КНЕУ, 2002. — 252 с.

ЯВДАК М.Ю., аспірант, м. Харків, ХНЄУ

КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Продуктивна господарська діяльність підприємств в умовах ринкових відносин являє собою один з визначальних факторів економічного і соціального розвитку суспільства, збільшення обсягів валового продукту та

національного доходу держави, підвищення добробуту населення тощо. Результати виробничо-збутової активності стають не тільки вагомим підґрунтям для визначення успішності функціонування і розвитку суб'єктів господарювання, але й виступають об'єктом прояву реальних інтересів економічних агентів, джерелом задоволення широкого кола індивідуальних і колективних людських потреб та запитів. Тому визначення результативності функціонування і розвитку підприємства є невід'ємною складовою механізму забезпечення сталості його конкурентних позицій в ринковому суперництві, важливим інструментом удосконалення системи планування і контролю виробничо-збутової діяльності.

Метою дослідження у роботі є вивчення та узагальнення теоретичних підходів щодо визначення критеріїв та розробка практичних рекомендацій відносно формування відповідної системи показників оцінки результативності діяльності підприємства.

Для досягнення поставленої мети було використано наступні методи і прийоми: теоретичне узагальнення – для вивчення теоретичних основ оцінювання результативності господарської діяльності; аналіз та синтез – для обґрунтування складу показників оцінки результативності; системний підхід – для визначення характеру взаємозв'язків між різними критеріями оцінювання; графічний – для наочного зображення і схематичного представлення одержаних результатів дослідження.

Результативність є однією з найбільш вагомих характеристик успішності функціонування і розвитку суб'єктів господарювання. Ознакою такого роду успіху стає досягнення поставлених цілей, а також послідовне вирішення виробничих, комерційних, фінансових, соціальних та інших завдань, що супроводжується отриманням відповідних ефектів. Отже, наявне розмаїття підходів до визначення змісту результативності та встановлення критеріїв оцінки результатів роботи підприємства насамперед є відображенням неоднорідності зазначених цілей та завдань, а також належних до них

очікуваних і фактично отриманих наслідків діяльності, витрат ресурсів та ін.

Неоднозначність природи походження результативності, складність змісту цього процесу та багатоаспектний характер оцінювання його підсумків закономірно обумовлює необхідність узагальнення критеріїв, за якими відбувається відбір позитивних і негативних ефектів, що у комплексі визначають підсумки функціонування та розвитку підприємства. Критеріями встановлення результативності при цьому слід вважати найбільш значущі характеристики (ознаки, властивості), відповідно до визначеного стану яких має здійснюватися оцінка отриманих наслідків функціонування та розвитку суб'єкту господарювання. Традиційно до складу основних критеріїв визначення результативності науковці [1, 2, 3] пропонують відносити такі параметри: прибутковість, економічність, продуктивність, якість продукції, інноваційність, якість трудового життя. Автор вважає за доцільне доповнити зазначену систему критеріїв ознаками ринкової позиції та екологічності.

Між явищами і процесами, оцінка наслідків виникнення і розгортання яких здійснюється на основі зазначених критеріїв та відповідних показників, існує тісний і нерозривний зв'язок, прояви якого обумовлюють розмаїття ефектів функціонування і розвитку підприємства. Проте у більшості випадків науковці зосереджують увагу на узагальненні впливу описаного широкого кола факторів на фінансові параметри і підсумки господарської діяльності, перш за все – на прибутковість. Погоджуючись із думкою про провідну роль такого роду результатів (прибутку, задовільного фінансового становища, обсягу капіталу, вартості активів та ін.) в коротко- і довгостроковому контексті, слід, проте, наголосити на доцільності поглибленого дослідження питань формування мультиплікативних ефектів, джерелом виникнення яких стає поєднання та взаємний вплив результатів, отриманих в різних сферах діяльності підприємства.

Результативність діяльності підприємства являє собою узагальнюючу характеристику одержаних (відповідно до свідомо й заздалегідь визначених

цілей та встановлених завдань) різного роду позитивних ефектів, пов'язаних із продуктивним використанням економічних ресурсів на основі повної реалізації наявних можливостей та потенціалу розвитку. До складу основних критеріїв визначення результативності належать такі параметри: прибутковість, економічність, продуктивність, якість продукції, інноваційність, якість трудового життя; ринкова позиція; екологічність.

Доцільність урахування можливостей мультиплікативного впливу різних результатів функціонування і розвитку підприємства, а також безперервне зростання мінливості і невизначеності господарського середовища обумовлюють також необхідність використання узагальнюючого підходу до визначення результативності на основі впровадження системи збалансованих показників оцінки. На подальше дослідження вимагають питання розробки методичного та організаційного забезпечення впровадження такої системи.

Список літератури: 1. Булеев И. Механизм хозяйствования предприятий и объединений трансформационной экономики: монография / И.П. Булеев, Н.Д. Прокопенко, Н.Е. Брюховецкая, Г.О. Маландина. – Донецк, 2007. – 526 с. 2. Кизим М. Збалансована система показників: монографія / М.О. Кизим, А.А. Пилипенко, В.А. Зінченко. – Харків: ВД "Інжек", 2007. – 192 с. 3. Тищенко А. Экономическая результативность деятельности предприятий: Монография. / А.Н. Тищенко, Н.А. Кизим, Я.В. Догадайло. – Х.: ИД «ИНЖЕК», 2005. -144с.

ГАВРИСЮК Я.П., к.е.н., доц., **ФЕДОРОВА О.В.**, магістрант, НТУ «ХП», Харків

ШЛЯХИ ЗМЕНШЕННЯ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ ЗА РАХУНОК ОБІГУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ

На сучасному етапі економічного розвитку народного господарства, в Україні, все частіше виникає проблема дотримання оптимального рівня оборотного капіталу на підприємстві. Наявність у підприємства достатніх оборотних коштів та визначення оптимальної структури – необхідна

передумова для його нормального функціонування в умовах ринкової економіки. Для того, щоб планувати рівень оборотного капіталу, необхідно проаналізувати його обіг: зниження обігу свідчить про те, що підприємство постійно відчуватиме нестачу грошових коштів, матиме низький рівень ліквідності, перебої в виробничому процесі та, як наслідок, втрату прибутку, та навпаки, перевищення поточних активів над поточними зобов'язаннями, свідчить про високий рівень ліквідності підприємства, проте, збільшення величини обігових коштів в порівнянні з оптимальною потребою в них, призводить до уповільнення їх оборотності і також знижує величину прибутку.

Процес виробництва, розподілу та споживання товарів і послуг неминує супроводжується тим, що на багатьох підприємствах утворюються тимчасово вільні грошові кошти, або виникає дебіторська заборгованість. В той же час інші підприємства випробовують нестачу грошових коштів для здійснення своїх комерційних операцій. В результаті виникає необхідність в грошових коштах, формується фінансовий ринок, де гроші здійснюють свій самостійний рух незалежно від руху товарів та послуг.

Попит на гроші при веденні господарських операцій, їх недолік на деяких підприємствах та надлишок в інших породжують ринок грошових ресурсів у вигляді цінних паперів. Цей ринок забезпечує з вигодою для обох сторін переливання заощаджень в інвестиції або в боргові зобов'язання. Таким чином, ринок цінних паперів, тобто їх кругообіг (випуск, обіг, погашення) в економіці відіграє важливу роль в цілому в системі ринкового господарювання, оскільки за допомогою ринку цінних паперів численні виробники товарів і послуг, що потребують «живих» грошей для вливань у виробництво отримують у своє розпорядження ці гроші, здійснюючи емісію і подальший продаж власних цінних паперів.

Найчастіше підприємствами використовуються для зменшення оборотного капіталу такі цінні папери, як акції, облігації та вексель. Кожен з цих видів цінних паперів має конкретний вплив на обіг оборотного капіталу:

- акція максимально сприяє переливанню капіталу в перспективні підприємства; вона в найбільшій мірі серед усіх цінних паперів несе на собі регулюючі функції, пов'язані в першу чергу з ліквідністю, потенціалом приросту курсової вартості та доходністю. Як правило, динаміка зміни цих властивостей визначає динаміку перетікання капіталу з однієї галузі в іншу;

- облігація представляє собою дуже зручний інвестиційний інструмент для розміщення вільних грошових коштів підприємства; вона зобов'язує емітента виплачувати утримувачеві облігації регулярний фіксований дохід у вигляді відсотка від номінальної вартості, вказаної на облігації;

- вексель виступає в якості особливого документованого вкладення, як надання фінансових, грошових ресурсів на певний термін. Виконуючи роль інструмента торгівельних підприємств, він надає важливого впливу на розвиток торгівлі, переносячи капітал з одних рук до інших, тим самим, спонукає до діяльності не використані багатства, збільшує розміри виробництва.

На сьогоднішній день один з найпопулярніших способів вкладення «вільних» обігових коштів є інвестування їх в цінні папери. Вклад в цінні папери – це практично єдиний спосіб не тільки зберегти кошти та надійно вкласти надлишок оборотного капіталу, але й отримати прибуток. Інвестуючи вільні обігові кошти в цінні папери, підприємства підвищують ефективність управління оборотним капіталом, забезпечують достатній рівень ліквідності, платоспроможності та прибутковості.

СЕКЦІЯ 3. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ ТА АУДИТУ В ЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

ВІЛЕНСЬКА А.М., магістрант, м. Харків, НТУ «ХПІ»

СТВОРЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ РЕЗЕРВУ СУМНІВНИХ БОРГІВ В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ

В нашому житті не можливо бути впевненим на 100% абсолютно ні в чому, особливо в веденні бізнесу. Іноді навіть надійний партнер може дійти до банкрутства не повернувши заборговані кошти або новий не виконає своїх зобов'язань, щоб зменшити збитки або взагалі покрити можливі витрати підприємства створюють резерв сумнівних боргів.

Згідно П(С)БО 10 до сумнівних боргів відносить ті суми дебіторської заборгованості, щодо яких існує непевність у тому, що вони будуть погашені. Правильне визначення суми резерву сумнівних боргів допоможе адекватно оцінити стан активів і фінансові результати діяльності підприємства. Нарахування суми резерву сумнівних боргів за звітний період відображається у звіті про фінансові результати в складі інших операційних витрат.

Наказом Міністерства фінансів України від 19.12.2006 р. № 1213 внесені зміни до ряду нормативних актів з бухгалтерського обліку. Зокрема, змінені норми п. 8 П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість», що стосуються порядку визначення резерву сумнівних боргів у бухгалтерському обліку.

Розглянувши зміни ми бачимо, що раніше сума резерву розраховувалась трьома запропонованими способами, після змін цих способів залишилось два(застосування абсолютної суми сумнівної заборгованості та застосування коефіцієнту сумнівності). Розмір резерву за методом застосування коефіцієнту сумнівності розраховується множенням суми залишку дебіторської заборгованості на початок періоду на шуканий коефіцієнт.

Отже, якщо порівняємо нову і попередню редакцію п. 8 П(С)БО 10, ми побачимо, що обидва методи застосовувалися раніше, зараз же вони тільки знайшли назви та чітку класифікацію. У той же час порядок розрахунку за методом застосування коефіцієнту сумнівності поповнився новим способом: визначенням середньої питомої ваги дебіторської заборгованості, списаної за період, у сумі дебіторської заборгованості на початок періоду за попередні 3–5 років. При застосуванні цього методу аналізуються показники безнадійної заборгованості за минулі періоди. Питома вага визначається відношенням безнадійної заборгованості за минулі періоди до суми чистого доходу за ті самі періоди. Після чого питома вага множиться на суму чистого доходу за поточний період.

При застосуванні різних способів розрахунку виходять різні значення коефіцієнту. Однак обидва способи можуть використовуватися та закріплені в прикладах, доданих до П(С)БО 10. Незважаючи на те, що п. 8 П(С)БО 10, що регламентує порядок визначення резерву сумнівних боргів, повністю викладений у новій редакції, приклади розрахунку резерву ніяких змін не зазнали.

Розглянувши спосіб розрахунку на підставі визначення питомої ваги списаної дебіторської заборгованості в сумі дебіторської заборгованості ми можемо побачити що, П(С)БО 10 не пропонує нам ніяких прикладів розрахунку коефіцієнта сумнівності за цим методом.

Лаконічність, з якою Мінфін виклав новий спосіб розрахунку коефіцієнта сумнівності (фактично весь опис полягає в самій назві способу), дає можливість для двозначності тлумачень порядку застосування цього способу розрахунку.

Так можна запропонувати два варіанти розрахунку коефіцієнту:

- 1) шляхом визначення питомої ваги за кожний період окремо та виведення середньої;
- 2) шляхом визначення питомої ваги за всі періоди.

Зважаючи на неточне формування методів визначення резерву підприємства можуть допускати ряд порушень при створенні резерву сумнівних боргів, а це в свою чергу може привести до виникнення непорозумінь з податковими або ревізуючими службами. Для уникнення такої ситуації головний бухгалтер повинен звернутись до податкової служби з письмовим зверненням - проханням розтлумачити обчислення та застосування вибраного методу розрахунку резерву.

Список літератури: 1. Бухгалтерський фінансовий облік: Підручник для студентів спеціальності «Облік і аудит» вищих навчальних закладів. / За ред. проф. Ф. Ф. Бутинця. — 7-ме вид., доп. і перероб. — Житомир: ПП «Рута», 2006. — С.360-370.

ДИМОВА В.А., магістр, НТУ «ХПІ», Харків

ВИЗНАЧЕННЯ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ПРИБУТКУ

В сучасних умовах економічного розвитку України значний вплив на розвиток підприємств відіграє прибуток, його формування та ефективне використання. Актуальність питання аналізу прибутку підприємства обумовлюється ростом його значення в ринкових умовах, адже він виступає не тільки джерелом розвитку господарської діяльності підприємства, але і є стимулом його діяльності. Прибуток забезпечує інтереси власників та персоналу підприємства та є стимулюючим фактором економіки держави.

У суті прибутку намагалися розібратися в XVII столітті меркантилісти (У. Петті та ін), а потім і фізіократи (Ф. Кене, А. Тюрго). Дослідження прибутку як економічної категорії продовжували і інші економісти XVII - XX століть (Табл. 1): А. Сміт, Д. Рікардо, Д. С. Мілль, К. Маркс. Крім того, свій внесок у розвиток теорії прибутку і практичного його використання внесли такі зарубіжні та російські економісти, як А. Маршалл, Ф. Найт, П. Самуельсон, Й. Шумпетер, А. Бабо, К. Макконнелл, С. Брю, Ю . Д. Батрин, І.

А. Бланк, А.С. Булатов, В.Д., Г.Я. Кіперман, В. Г. Князєв,, В. Кодацький та ін.

Отже, враховуючи існуючі визначення поняття «прибуток», а також взявши до уваги деякі неточності, пов'язані з сутністю самого прибутку в даний час, можна сформулювати наступне поняття: прибуток – це сума доходів від виробництва і реалізації продукції, робіт, послуг, основних фондів, іншого майна, та доходів від позареалізаційних операцій, зменшених на суму витрат по цим операціям.

Розглянемо, на наш погляд найбільш повну, класифікацію прибутку (Табл. 1).

Таблиця 1– Класифікація прибутку підприємства

Ознаки класифікації	Види прибутку за відповідними ознаками
1.Джерела формування прибутку, які використовуються в його обліку	а) прибуток від реалізації товарів, робіт, послуг; б) прибуток від реалізації майна; в) прибуток від позареалізаційних операцій
2.Джерела формування прибутку за основними видами діяльності підприємства	а) прибуток від операційної діяльності; б) прибуток від інвестиційної діяльності; в) прибуток від фінансової діяльності
3.Склад елементів, що формують прибуток	а) маржинальний прибуток; б) балансовий або валовий прибуток; в) чистий прибуток
4.Характер оподаткування прибутку	а) оподатковуваний прибуток; б) прибуток, що не підлягає оподаткуванню
5.Період формування прибутку	а) прибуток попереднього періоду; б) прибуток звітного періоду; в) прибуток планового періоду
6.Характер інфляційного «очищення»прибутку	а) прибуток номінальний; б) прибуток реальний
7.Характер використання прибутку	а) капіталізований (нерозподілений прибуток); б) спожитий (розподілений) прибуток
8.Регулярність формування прибутку	а) регулярно формований; б) надзвичайний прибуток.
9.Значення підсумкового результату господарювання	а) позитивний прибуток; б) негативний прибуток (збиток).

Таким чином, зростання ролі прибутку в господарському механізмі підприємства потребує комплексного підходу до визначення його суті, що

зумовить майбутній розвиток підприємства та покращення фінансових результатів його діяльності. Запропонована у статті класифікація прибутку надає можливість заздалегідь оцінити величину прибутку і фактори, які можуть вплинути на його зміну.

Список літератури: 1. Білик М. Ф., Павловська О. В., Притуляк Н. М., Невмержицька Н. Ю. *Фінансовий аналіз: Навч. посіб.* – К.: КНЕУ, 2005. – 592 с. 2. Грабова Н.М. *Бухгалтерський облік у галузях народного господарства: Навч.-метод. посібник.* — К.: КНЕУ, 2003. — 203 с. 3. Сопко В. В. *Бухгалтерський облік : Навч. посібник.* – 3-тє вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2000. – 578 с.

ЗЕЛЕНАЯ В.Н., магістрант, г. Харьков, НТУ «ХПИ»

BSC И ПРОБЛЕМЫ ЕЕ ВНЕДРЕНИЯ УКРАИНЕ

В условиях быстро развивающихся рынков и острейшей конкуренции все большее значение приобретает не только финансовая, но и нефинансовая информация. В связи с этим методы оценки эффективности деятельности, которые основываются анализе отдельных показателей, которые охватывают только узкие круги деятельности предприятия, перестали отвечать потребностям бизнеса.

С целью решения этой проблемы американскими учеными Р. Каплан и Д. Нортон в 90-е годов прошлого столетия были проведены исследования систем измерения результатов хозяйственной деятельности, которые включали показатели оценки немонетарного характера, что позволило увеличить информативные возможности указанных систем. Результаты исследований позволили сформировать концепцию сбалансированной системы показателей (BSC). Система должна была дать возможность отслеживать самые разные виды деятельности всей организации, такие как: клиентские вопросы, внутренние бизнес-процессы, деятельность работников, а так же и финансовые вопросы, которые беспокоили акционеров. В течение

последующих нескольких лет ряд организаций внедрили BSC, что позволило им более точно оценивать свою деятельность и добиться улучшения ее результатов. Это предопределило дальнейшее развитие использования BSC и на сегодняшний момент фактически около 50% из списка 1000 компаний журнала Fortune имеют систему управления деятельностью на основе BSC.

Система BSC учитывает четыре “перспективы” (Perspectives) организации: традиционные финансовые (Financial) показатели и факторы, которые на них прямо или косвенно влияют, — успешность работы с клиентами (Customer), оптимальность внутренних бизнес-процессов (Internal Process) и общая компетентность персонала компании в своей области (Learning & Growth/Employees). Но эту систему возможно и необходимо дополнять своими отдельными элементами, характерными для специфики работы отдельных компаний, например «Экология», а собранные воедино, все эти перспективы дают целостную картину текущей стратегии предприятия и ее динамики.

Постепенно BSC находит распространения и в Украине, однако по сравнению с активностью в развитых странах наши достижения выглядят совсем незначительными. Подобные решения внедряются лишь в крупных компаниях — нефтегазовой и телекоммуникационной отраслях, банковской сфере, транспортных фирмах-монополистах.

Основная проблема использования этой системы в Украине это ее ключевое понятие — Стратегия, поскольку BSC - инструмент внедрения стратегии предприятия. Такое положение обусловлено тем, что до настоящего времени далеко не все украинские предприятия и компании способны правильно разработать и описать свою стратегию и суметь выявить причинно-следственные связи между ключевыми факторами этой стратегии.

Наряду с основной проблемой, существуют ряд других проблем, некоторые из которых вытекают из основной:

- 1) BSC орієнтована на довгосрочну стратегію підприємства, що суперечить бажанню наших бізнесменів отримати максимальний результат як можна швидше;
- 2) складність розуміння методики BSC топ-менеджерами компаній і недостатнє розуміння потенціала даної технології;
- 3) відсутність необхідної культури виробничих відносин;
- 4) низький рівень підготовки персоналу, який повинен займатися щоденним виконанням стратегічного плану;
- 5) складність збору первинної інформації (особливо — нефінансової).

Розв'язання даних проблем, на наш погляд, дозволить українським підприємствам впровадити BSC і тим самим підвищити як конкурентоспроможність, так і ефективність своєї діяльності.

ЛАГОВСЬКА О.А., к.е.н., доц., **РЕНЬКАС А.Я.**, магістрант,
Житомирський державний технологічний університет

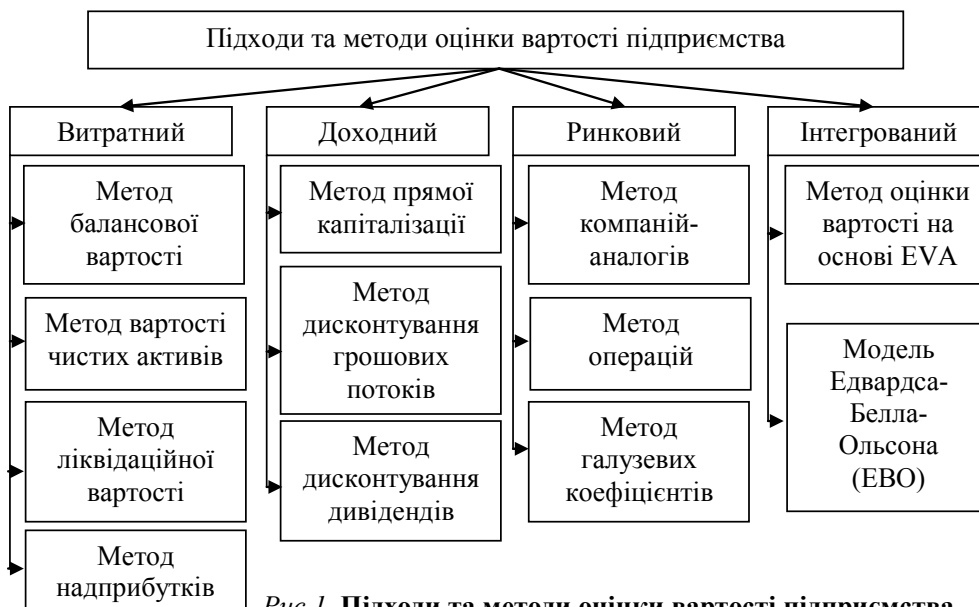
ПІДХОДИ ТА МЕТОДИ ОЦІНКИ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ

Сучасні умови господарювання призводять до необхідності формування нових вимог до бухгалтерського обліку як до основної інформаційної системи підприємства в частині надання інформації необхідної для оцінки його вартості. Вартість є основним показником ефективності діяльності суб'єкта господарювання, її формування відбувається за рахунок двох складових: матеріальної □ фізичного, фінансового капіталу та нематеріальної □ інтелектуального капіталу (людського, соціального, зовнішнього, організаційного (інтелектуальної власності та іншого організаційного капіталу). Зміст облікової інформації конкретизується в залежності від обраного методу оцінки, при цьому, з метою підвищення достовірності результатів особливо

важливим є вибір та застосування методу, який дозволить врахувати вартість кожної з вищезазначених складових.

Традиційно виділяють чотири підходи до оцінки вартості підприємства, в межах кожного з них застосовуються наступні методи див. рис. 1.

Методи витратного підходу дають можливість оцінити матеріальну складову вартості підприємства – фізичний, фінансовий капітал та лише частину нематеріальної, а саме, інтелектуальну власність, в той час як інші складові, такі як: людський, соціальний, інший організаційний та зовнішній капітал залишаються недооціненими. Частково даний недолік мінімізується при застосуванні методу надприбутків, який дозволяє оцінити вартість інтелектуального капіталу підприємства, шляхом капіталізації частини прибутку, що перевищує середньогалузеве значення, однак наявність значної кількості коригувань та суб'єктивних оцінок значно знижують точність отриманих результатів.



Методи порівняльного підходу передбачають оцінку вартості підприємства, виходячи із вартості компаній-аналогів, в той час як абсолютно ідентичних компаній не існує, тому отримані результати мають лише відносне значення.

Методи доходного підходу передбачають необхідність акцентування уваги на фінансовій складовій вартості підприємства. При цьому, фізичний та інтелектуальний капітал оцінюється виходячи із його здатності примножувати фінансовий капітал у майбутньому. Однак, на зниження достовірності результатів оцінки впливає складність прогнозування майбутньої діяльності підприємства.

Для мінімізації недоліків вищерозглянутих методів можуть застосовуватися методи інтегрованого підходу, які дозволяють безпосередньо оцінити матеріальну складову вартості підприємства та частини нематеріальної – інтелектуальної власності, а інші складові нематеріальної складової – виходячи із здатності підприємства створювати додану вартість (модель оцінки вартості підприємства на основі EVA) або виходячи із величини надприбутків (модель ЕВО).

Отже, кожний з вищерозглянутих методів має ряд переваг та недоліків, їх застосування залежить від специфіки діяльності підприємства, цілей проведення оцінки, наявності необхідної інформації. Значно підвищити точність результатів оцінки дозволить одночасне використання декількох методів в межах різних підходів з подальшим узгодженням отриманих результатів.

ОЛІЙНИК Н.М., магістрант, НТУ «ХПІ»

РОЛЬ ДЕРЖАВНОГО КАЗНАЧЕЙСТВА УКРАЇНИ В ЕФЕКТИВНОМУ ВИКОРИСТАННІ ДЕРЖАВНИХ КОШТІВ

Під ефективністю розуміють одержання максимального ефекту від проведення певних операцій. Перш за все необхідно визначити, чи відповідає витрачання коштів поставленим задачам. Разом з тим, враховують співвідношення між витратами та одержаними результатами. Одним з органом, який контролює використання державних коштів – є Державне казначейство України. Сутність казначейства як і будь якого іншого поняття чи категорії проявляється у виконуваних функціях, які характеризують прояв

його суті в дії, а також завдання, права та обов'язки, пов'язані з його діяльністю(рис.1).

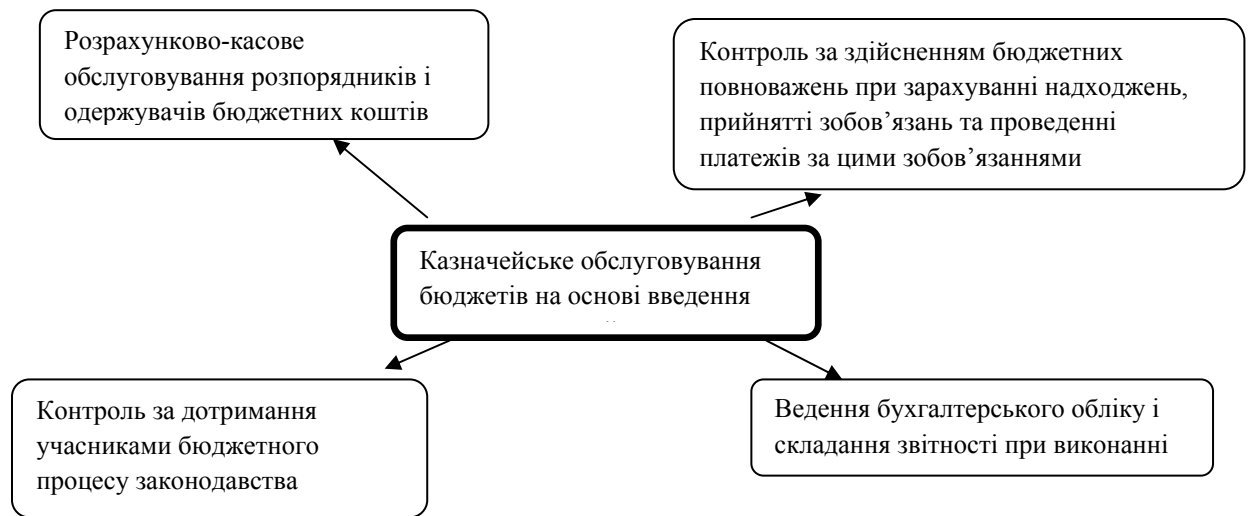


Рисунок 1 – Функції ДКУ при здійсненні казначейського обслуговування

Найголовніша характеристика казначейської системи та її відмінність від банківської системи полягає в тому, що казначейство концентрує в єдиній системі два потоки грошових коштів, які виникають у процесі виконання бюджету, – дохідний і витратний – на єдиному казначейському рахунку. Окрім того, казначейська система передбачає здійснення функцій контролю за цільовим спрямуванням коштів державного бюджету та управління наявними коштами, які консолідуються на єдиному казначейському рахунку.

Принцип Єдиного казначейського рахунку державного бюджету у поєднанні з централізованою системою, яка дасть змогу мати вичерпну інформацію про щоденний стан державних фінансів, забезпечить можливість маневрування фінансовими ресурсами держави. За цих умов за банківською системою залишається здійснення функцій акумуляції коштів Державного бюджету України, їх зберігання та перерахування за дорученням органів Державного казначейства, а також прийом, зберігання та видачу готівки. А за міністерствами та відомствами залишається право розподілу асигнувань за напрямками видатків коштів, затвердженими державним бюджетом України.

Як свідчить світовий досвід, такий розподіл функцій щодо касового виконання державного бюджету між фінансовою та банківською системами є найбільш ефективним, оскільки дає можливість зосередити всі важелі управління державним бюджетом у руках головного фінансового агента держави в особі Державного казначейства України.

Головне призначення казначейської системи – сприяти оптимальному управлінню доходами та витратами бюджету. Казначейство виконує в державі функцію "головного бухгалтера". Воно готує фінансові звіти та діє як злагоджений механізм, що концентрує бюджетні кошти в єдиній системі рахунків підпорядкованих структур і створює єдину інформаційну базу з виконання бюджету. Інформація, яку надає казначейство Урядові, дає змогу оцінити ефективність роботи органів державного управління та скласти прозоріше уявлення про економічні наслідки бюджетної політики, проведеної Урядом держави. Здійснюючи контроль за всіма операціями, пов'язаними з надходженнями та витратами, казначейство виконує також роль "касира" держави. Володіючи інформацією, коли та які витрати здійснюватимуть бюджетні установи, казначейство, оперативно управляючи вільними залишками коштів, може вносити пропозиції щодо зменшення залучення обсягів короткострокових запозичень, погашення внутрішньо-касових розривів, що сприятиме економії бюджетних коштів, які спрямовуються на погашення державного боргу та на витрати, пов'язані з його обслуговуванням

ЛИННИК О.І., доц., к.е.н., **УДОВИЧЕНКО С.О.**, **ЧЕЛЕНКО В.Ю.**,
магістранти, м. Харків, НТУ «ХПІ»

АКТУАЛЬНІСТЬ ТА ДОЦІЛЬНІСТЬ ЗМІН У СПРОЩЕНІЙ СИСТЕМІ ОПОДАТКУВАННЯ

Оподаткування діяльності малого та середнього бізнесу в умовах ринкової економіки України є дуже актуальним. Правильний підхід до

встановлення податкового навантаження та умов ведення господарської діяльності може значно ширше охопити інтереси платників, які обрали спрощену систему оподаткування та розширити можливості їх підприємницької діяльності. Питання пошуку оптимальних податкових умов є соціально-актуальним сьогодні для багатьох платників-спрощенців, тому воно підлягає обговоренню, вивченню та аналізу.

18 листопада Президент підписав Закон «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності». Було враховано 367 з 600 поправок, які почнуть діяти з 1 січня 2012 року.

У нормативному документі було розроблено механізм спрощення адміністративних процедур, адже ускладнені процедури обліку та звітності, які існували до прийняття даного закону, не відповідають концепції спрощеної системи оподаткування. Одним з важливих моментів цих змін свідомство платника єдиного податку необхідно було поновлювати 1 раз на рік, з нового податкового року даний документ видаватиметься на необмежений період.

Сьогодні платники єдиного податку поділяються на дві групи: фізичні особи-підприємці та юридичні особи, а вже згодом класифікація буде складатись із 4 груп з диференційованими ставками єдиного податку та граничними розміри річного доходу:

- ставка податку для першої та другої групи платників залежатиме від рівня мінімальної заробітної плати та коливатиметься в розмірі від 1% до 20% МЗП станом на 1 січня податкового року, а для третьої та четвертої групи – від доходу;

- ставки податку зменшаться вдвічі: 3% від доходу – для платників податку у разі сплати ПДВ та 5% від доходу – у разі включення ПДВ до складу єдиного податку (застосовуються для третьої та четвертої категорії платників);

– допустимий оборот збільшиться в 2-6 разів в залежності від категорії платників: від 150000 грн. до 5000000 грн.;

– підприємці сплачуватимуть податок за ставкою 15% для фізичних осіб від доходу, отриманого у розмірі, що перевищує дозволений обсяг доходу або за подвійною ставкою для юридичних осіб (6% та сплата ПДВ на загальних підставах та 10% якщо ПДВ включений до єдиного податку); від провадження діяльності, не зазначеної в свідоцтві платника (для 1 та 2 групи) та при застосуванні розрахунків у негрошовій формі.

У зв'язку з розширенням груп платників податків змінилися й звітні періоди, за які вони сплачують єдиний податок. Для 1 групи податковим періодом буде календарний рік, для 2, 3, 4 груп – квартал. Всі платники єдиного податку будуть подавати декларацію до ДПС, в якій окремо повинні будуть відображати обсяг доходу, оподатковуваний за відповідними ставками єдиного податку і окремо суму перевищеного граничного доходу. Перша та друга групи «спрощенців» сплачуватимуть єдиний податок авансом, не пізніше 20 числа поточного місяця, третя та четверта – протягом десяти календарних днів після граничного строку подання квартальної декларації.

Облік доходів, як і раніше вестиметься за касовим методом, але на відміну від діючого закону, у новій редакції немає прив'язки до виручки, тобто під доходом розуміють будь-який дохід, отриманий в грошовій, матеріальній та нематеріальній формі.

Зміни торкнулись і відносин платників на загальній системі з фізособами-«єдинниками». З 2012 року перші зможуть відображати податкові витрати за товари, роботи, послуги, придбані у фізосіб-«єдинників». Але суб'єкти господарської діяльності на загальній системі подаватимуть разом із декларацією про прибуток до органу ДПС перелік доходів і витрат у розрізі контрагентів – платників єдиного податку, до якого включаються операції, здійснені таким контрагентом.

До важливих деталей, які діятимуть з 1 січня 2012 року слід віднести:

- платники єдиного податку залишатимуться платниками ЄСВ;
- спрощена система оподаткування передбачає ведення спрощеного обліку та звітності;
- скасовано 50-відсоткову надбавку до єдиного податку для тих, хто використовує найману працю;
- підприємці 1 та 2 груп, які не використовують найману працю, звільняються від сплати ЄП на час відпустки (1 календарний місяць на рік), а також за період хвороби (підтвердженої копією лікарняного, якщо хвороба триває 30 і більше календарних днів).

На даному етапі недоліками даного законопроекту ми вважаємо:

1) ставки єдиного податку для 1 та 2 групи, яка залежить від мінімальної заробітної плати (на 2012 рік це визначена сума, проте, на 2013 рік нічого не передбачалось, тому це може призвести до збільшення ставки і відповідно самого податку у грошовій формі);

2) фізичні особи-підприємці 3 категорії фактично прирівнюються до 4 категорії – ця категорія оподатковується не за фіксованою ставкою єдиного податку, а за відсотковою ставкою ЄП, тому представникам цієї категорії доведеться коригувати свою практику, ціни, відносини з юридичними особами;

3) анулювання свідоцтва платника єдиного податку – у зв'язку з тим, що свідоцтво видаватиметься безстроково, на підставі боргів або виявлення забороненого виду діяльності, його може бути анульовано (є можливість зловживання цим фактом, оскільки не всі деталі будуть визначені з початком року, тому треба надати певний період для адаптації нових правил).

Як видно у порівнянні, прийняті зміни у законодавстві істотно розширюють можливості платників, які обрали спрощену систему оподаткування. На наш погляд запроваджені зміни допоможуть знизити частку тіньової економіки у секторі малого та середнього бізнесу, підвищити конкурентоздатність платників та знизити соціальну напругу у суспільстві.

СЕКЦІЯ 4. УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ТА ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ

ГРИШКО Н.Є., ст. викл., **ІВАНОВА С.А.**, **ПРИЛИПКО Д.В.**, магістрант,
м. Кременчук, КрНУ імені Михайла Остроградського

ПРОБЛЕМИ ІНВЕСТУВАННЯ МАШИНОБУДУВАННЯ УКРАЇНИ

Машинобудування є провідною галуззю промислового виробництва, що підтверджується часткою в загальному обсязі продукції (робіт, послуг) промисловості, яка становить 12,8 %. У машинобудуванні зосереджено понад 15 % вартості основних засобів і майже 6% оборотних активів вітчизняної промисловості та понад 22 % кількості найманих працівників.

На сьогоднішній день машинобудівна галузь отримує недостатній обсяг інвестицій відповідно до своїх потреб та перспективних напрямів розвитку. Джерело цього криється, передусім, не в проблемах самого ринку чи його переоцінці, а в загальному спаді на суміжних ринках, що були споживачами продукції машинобудування і сьогодні страждають від наслідків фінансової кризи. Таким чином, даний сектор економіки розцінюється як один з найбільш ризикових об'єктів інвестування коштів. Разом з тим, необхідність залучення капітальних інвестицій у галузь машинобудування обумовлюється значним переважанням у структурі основних фондів застарілого технологічного обладнання, яке унеможливорює розробку і виготовлення високоякісної конкурентоздатної продукції для потреб вітчизняного ринку та реалізації на експорт.

Згідно з даними, наведеними у табл. 1, можемо зробити висновок, що машинобудування, яке являється галуззю переробної промисловості (сфера, що створює нову продукцію і є фундаментом вітчизняної економіки) найбільше потерпає від нестачі нової техніки і технології, відтак опиняється

під загрозою подальшого функціонування.

Таблиця 1 Ступінь зносу обладнання підприємств у розрізі основних галузей промисловості (2010 рік) (сформовано на основі [1])

	У фактичних цінах на кінець року, млн. грн.		Ступінь зносу,%
	Первісна вартість	Залишкова вартість	
Добувна промисловість	16374	9132	44,2
Переробна промисловість	39318	6938	82,4
Виробництво та розподілення електроенергії, газу та води	8620	2443	71,7
Будівництво	2090	905	56,7

Необхідно зазначити, що уповільнення темпів обсягів інвестування в основний капітал є проблемою не тільки машинобудівної галузі, а й усього промислового комплексу України.

Динаміка інвестицій в основний капітал

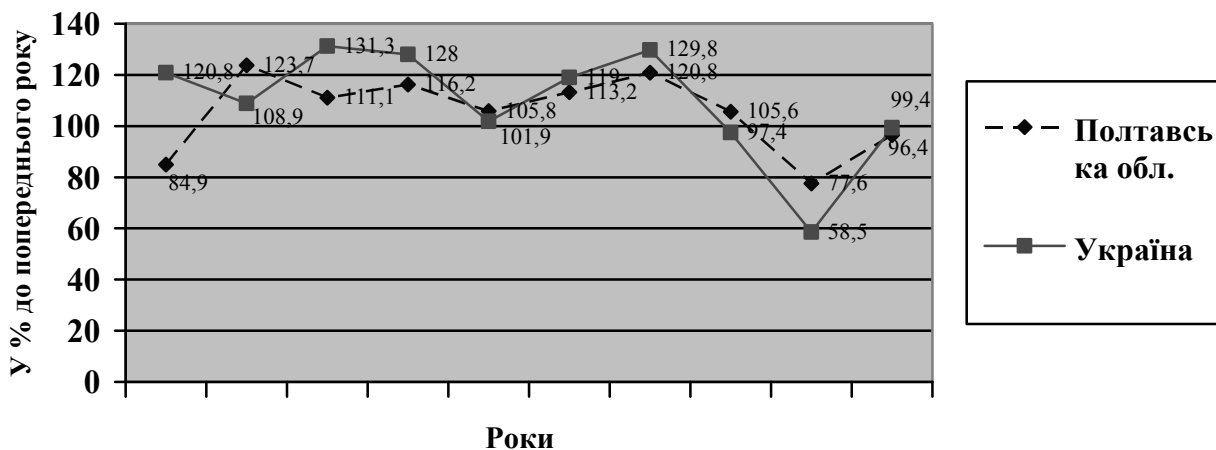


Рис. 1. Темпи зростання обсягів інвестицій в основний капітал (сформовано на основі [1])

Відносно рівномірне вкладання коштів у підприємства машинобудування за аналізований період спостерігалось на Полтавщині (див. рис. 1). Ситуація погіршилась з настанням світової фінансової кризи, яка завдала удару по вітчизняній економіці у 2008 році. У цілому в Україні спостерігається

нестабільний стрибкоподібний характер вкладення залучених коштів, що свідчить про її інвестиційну непривабливість.

Отже, виділимо головні прояви, причини й передумови погіршення стану інвестування машинобудівної галузі:

- недостатність обігових коштів, недосконалість механізму середньо- та довгострокового кредитування;

- відсутність реальних джерел фінансування, що унеможливорює реконструкцію та технічне переоснащення підприємств, затримує забезпечення високої якості виготовлюваних машин та обладнання, освоєння виробництва нової конкурентоспроможної техніки;

- відсутність фінансових механізмів та інструментів, що створюють зацікавленість в інноваціях і стимулюють науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи;

- низький рівень інноваційної активності вітчизняних підприємств.

Пропонуємо наступні напрями реформування інвестиційної політики, які повинні охоплювати такі аспекти:

- бюджетні інвестиційні ресурси повинні надходити в галузі, які є мало привабливими для приватного інвестора, але необхідними для забезпечення життєздатності економіки, доцільно державним органам влади застосовувати маркетингові та PR-стратегії для залучення іноземних інвестицій.

- провести реструктуризацію великих неефективних підприємств і максимально розширити сферу середнього бізнесу – основного ринку інвестиційних посередників.

- кошти населення можуть стати важливою складовою інвестиційних ресурсів за умов підвищення рівня реальних доходів, стимулювання заощаджень та акумуляції тимчасово вільних грошових ресурсів населення на потреби інвестування.

Список літератури: 1. Основні показники розвитку промисловості - Державний

АЙЗЕНБЕРГ А.Б., студент, Севастопольский национальный технический университет

ПРОБЛЕМЫ ОСВОЕНИЯ ИННОВАЦИЙ

Необходимость перехода к инновационной экономике, способной, с одной стороны, обеспечить достаточное разнообразие производимых в стране продуктов, а с другой - сократить зависимость от импорта стратегически важных товаров и технологий значительно усилилась в связи с мировым финансовым кризисом. Падение мировых цен на энергоресурсы при одновременно высокой для России доле импорта повлекло за собой фактическую девальвацию национальной валюты. Успешное преодоление кризисных явлений во многом зависит от того, каким потенциалом будет обладать российская экономика по окончании кризиса. Этот потенциал и будет определять конкурентоспособность экономики Украины, повышение которой возможно на основе технологической модернизации за счет отечественных разработок и импорта передовых инновационных решений.

Условия повышения роли инноваций в модернизации экономики. Прогрессивная роль науки, инноваций и технологий в экономике развитых стран в XXI в. становится ведущей, так как экстенсивные факторы роста (увеличение численности занятых в производстве, масштабов добычи и освоения невозобновляемых ресурсов и энергоносителей, возможностей приращения новых площадей плодородных земель, запасов пресной воды и др.) в мировом масштабе приближаются к максимальному уровню использования.

Необходимые условия для ускоренной и устойчивой инновационно-технологической эволюции в развитых странах определяются наличием и активным использованием совокупности факторов, обеспечивающих как формирование, так и эффективную реализацию потенциала новых научных

идей и изобретений в интересах обеспечения экономического роста и повышения качества жизни. В число факторов, образующих потенциал технологического развития российской экономики, входят:

- потенциал сферы научных исследований и разработок, включая фундаментальные исследования;
- обоснованные и периодически корректируемые приоритеты научно-технологического развития и разработанные на их основе перечни критических технологий;
- регулярно восполняемый потенциал высшего и среднего образования и прогнозные оценки развития крупных рынков новых технологий;
- гибкие адаптивные организационные формы и экономические механизмы содействия инновациям, разработке и освоению новых технологий;
- стимулы, способствующие экономическому росту на основе использования инноваций и новых технологий.

Активная регулирующая роль в этой деятельности принадлежит государству, выступающему одновременно в качестве организатора, банкира и гаранта, т. е. инстанции, ответственной за развитие фундаментальной науки как сферы стратегических интересов, высшего образования и других отраслей «индустрии знаний», а также обеспечивающей постоянное совершенствование правовой базы научно-технологического развития.

Переход к устойчивому росту отечественной экономики возможен лишь при условии создания полноценной национальной инновационной системы, все составные части которой - наука, инновации и новые технологии - согласованы между собой, а результаты ее деятельности защищены на законодательном уровне и создают устойчивые конкурентные преимущества как на внутреннем, так и на внешних рынках.

Бibliографический список: 1. *Петренченко А. С.* Условия возникновения инноваций / А. С. Петренченко – Харьков: Дивосвит, 2011г. – 65с. 2. *Пономаренко В. С.* Экономическое развитие страны: анализ, оценка, прогноз / В. С. Пономаренко: Харьков: «Инжек», 2009 г. – 144с.

ВИХЛЯЕВА С.И., проф., **КЛЕТЧИКОВА А.С.**, магистрант, НТУ «ХП», Харьков

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОБЛЕМ ОРГАНИЗАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

В современных условиях проблемы коммерциализации интеллектуальной собственности как результата интеллектуальной деятельности становятся особенно актуальными. От успешности решения этих проблем зависит реальная возможность достижения положительных результатов в инвестиционной и инновационной деятельности предприятий и организаций.

Анализ наработок ученых позволяет сделать вывод о существовании проблем, связанных с уточнением теоретических и доработкой методологических подходов к формированию и реализации организационно-экономического механизма коммерциализации объектов интеллектуальной собственности, стоимостной оценки интеллектуальных продуктов и проблем, связанных с коммерческим использованием интеллектуальных инноваций. Недостаточно уделяют внимания процессам и механизму коммерциализации интеллектуальных достижений отечественных новаторов, в соответствии с этим возникает настоятельная необходимость усовершенствования этого механизма.

Теоретические и практические основы интеллектуальной собственности, в частности процессы и проблемы ее коммерциализации разработаны в исследованиях научных работников Волинец-Руссета Е.Я., Волынкиной М.В., Журина К.В., Зинова В.Г., Ижевского П.Г., Ильяшенка С.Н., Козырева

А.Н., Косенка А.В., Перервы П.Г., Смоляр Л.Г., Соловьева В.П., Топорковой Е.В., Устиновой Л.Н., Цибулева П.М., Черванева Д.М., Шульгина Д.Б.

Целью данной работы является исследование проблем организационного обеспечения коммерциализации объектов интеллектуальной собственности и определение направлений усовершенствования политики в сфере коммерциализации объектов интеллектуальной собственности.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующий круг задач:

- 1) исследовать проблемы организационного обеспечения коммерциализации объектов интеллектуальной собственности;
- 2) определить направления усовершенствования политики в сфере коммерциализации объектов интеллектуальной собственности.

К характерным группам проблем, препятствующих эффективному управлению ОИС на государственном уровне в Украине и не позволяющих полностью реализовать экономический потенциал ОИС на промышленных предприятиях относят:

- проблемы законодательной базы, воспроизводящие недостатки правового обеспечения процессов охраны и защиты ОИС при их коммерциализации и трансфере;
- экономические проблемы, препятствующие увеличению степени привлекательности инновационной деятельности и внедрению (коммерциализации) ее результатов;
- организационные проблемы, которые связаны с несовершенством инфраструктуры управления ОИС на государственном и региональном уровне, а также с несовершенством кадрового обеспечения процессов создания, реализации и использования интеллектуального продукта;
- политические проблемы, которые воспроизводят политику не ориентированную на инновационную деятельность крупных промышленных корпораций.

Анализ проблем коммерциализации интеллектуальной собственности и определение на их основе ключевых недостатков, дают повод для определения направлений усовершенствования политики в сфере коммерциализации объектов интеллектуальной собственности. Наиболее важными среди них являются: разработка четких механизмов нормативно-правового регулирования, а именно кодификация законодательства (создание и утверждение Кодекса об интеллектуальной собственности); диалог между наукой и производством, что влечет внедрение комплекса действий (исследование и разработку и т.п.); создание инфраструктуры внедрения результатов научно-технической деятельности в производство; создание замкнутых циклов (идея-производство-потребление); создание специальных комплексных структур, к функциям которых бы принадлежало: проведение экспертной оценки их коммерческого потенциала, исследование конъюнктуры рынка, предложение новым разработкам финансовой поддержки, контроль за изготовлением конкурентоспособной продукции, продвижение объектов интеллектуальной собственности на отечественные и иностранные рынки, избежание несанкционированного использования и распространения объектов интеллектуальной собственности, создание национальной системы повышения квалификации специалистов по интеллектуальной собственности.

Принятие и внедрение этих рекомендаций обеспечит качественно новый уровень экономических отношений и даст возможность стимулировать развитие легитимного рынка интеллектуальной собственности через законное использование объектов интеллектуальной собственности, их коммерциализации, повысить правовую культуру населения в названной сфере и развивать цивилизованный рынок объектов права интеллектуальной собственности.

Список литературы: 1. *Косенко А.В.* Совершенствование организационных основ коммерциализации объектов интеллектуальной собственности / А.В. Косенко // Бизнес Шнформ.- Харків:ХНУЕ. – 2009. №1. – с.3-10. 2. Коммерциализация объектов интеллектуальной собственности // Интеллектуальная собственность. Консультации. Прил. к журн. «Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность». - 2006. - N 1 - С.21-26. 3. *Лынный Н.В.* Методические проблемы коммерциализации объектов интеллектуальной собственности (Начало статьи см. «Изобретательство, 2011, Т. XI, N 3-5) // Изобретательство. - 2011. - Т. XI. - N 6. - С.1-8. 4. *Мухомов В.И.* Коммерциализация интеллектуальной собственности. - М.: Магистр-Инфра, 2010. - 510 с. : ил.

ГОЛОВАНЬ Г.Г., магістр, НТУ «ХПІ»

ВИЗНАННЯ ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ НЕМАТЕРІАЛЬНИМИ АКТИВАМИ ТА ЇХ ОЦІНКА

Розширення правового та економічного механізму господарської діяльності зумовили появу нових об'єктів інтелектуальної власності (ОІВ) та, як наслідок, необхідність розробки нової методології обліку, що відповідає міжнародним стандартам.

ОІВ умовно поділяються на об'єкти промислової власності, об'єкти авторського права та суміжних прав, засоби індивідуалізації та нетрадиційні об'єкти інтелектуальної власності. До складу групи об'єктів промислової власності відносяться і нематеріальні активи (НМА).

НМА відіграють важливу роль у господарській діяльності підприємств. Але слід зазначити, що оцінка НМА з моменту прийняття національного стандарту до сьогодні залишається одним з найбільш проблемних питань. Труднощі оцінки пов'язані з відсутністю вичерпного переліку витрат, які можна зараховувати до первісної вартості об'єктів нематеріальних активів.

Методика і принципи побудови обліку НМА є об'єктом вивчення багатьох вчених-економістів. Зокрема, цим питанням присвячені роботи В. Батіщева, О. Бугайчук, Н. Дзюби, О. Іванець, Л. Котенко, Т. Польової, та ряду інших.

Визнання ОІВ нематеріальними активами надає підприємству довгострокові права або переваги. Найчастіше це права на використання інших активів, здійснення окремих видів діяльності, для яких є обов'язковим патентування або ліцензування, виняткові права на використання певної формули, технології. Такі права є довгостроковими інвестиціями, які підприємство здійснює за грошові кошти або в обмін на інші активи. Використання прав дає підприємству переваги щодо зниження собівартості продукції, можливості зайняти певне місце на ринку, підвищити конкурентоспроможність, краще просувати продукцію [3].

Особливо слід приділити увагу питанням, що пов'язані з проблемою оцінки НМА, які були створені підприємством самостійно. Так, наприклад, А.Дребін вважає за доцільне списувати такі витрати у періодах їх виникнення, оскільки період отримання доходів точно невідомий, а А.Мілбарн пропонує проводити повну капіталізацію з наступною амортизацією [1]. На нашу думку, все визначає ситуація, що склалась на момент проведення оцінки НМА на самому підприємстві.

Так, нематеріальний актив, який визнається в результаті розробки, відображають у балансі за умов, якщо підприємство має намір, технічну можливість та ресурси по доведенню цього активу для реалізації або використання у ході виконання бізнес – плану. Наступна ситуація пов'язана з можливістю отримання майбутніх економічних вигод від реалізації та використання нематеріального активу. Така позиція має місце за умов майбутнього надходження грошових коштів, які будуть генеруватися в процесі безперервного використання НМА. Все це можливо лише при наявності інформації для достовірного визначення витрат, пов'язаних із розробкою нематеріального активу.

Таким чином, НМА це — не втаємничені цінності, а потужний інструмент пожвавлення інноваційно-інвестиційної діяльності та прискореного розвитку вітчизняної економіки. Саме тому визнання і оцінка

НМА має вагоме значення у процесі визначення становища кон'юнктури ринку, зв'язків з потенційними інвесторами, активного привернення уваги споживачів, тобто підвищення конкурентоспроможності вітчизняного підприємства.

Список літератури: 1. *Пономарьова Н.А.* Проблеми визнання та оцінки нематеріальних активів .А.Пономарьова, А.Шелест // Вісник Хмельницького національного університету: Економічні науки. - 2008. - № 5. - С. 328. 2. *Давидова К.* Нематеріальні активи в обліку // Баланс. - 2008. - № 91. - С. 25. 3. *Тетянич Л.* Нематеріальні активи: відображення в бухгалтерському обліку // Головбух. - 2007. - № 26. - С. 33. 4. *Уманців Г.* Внутрішній гудвіл підприємства: економічна природа, проблеми оцінки та обліку// Бухгалтерський облік і аудит. - 2007. - №9. - С. 51.

ЄЛТОВ О.С.

УДОСКОНАЛЕННЯ ШЛЯХІВ КАПІТАЛІЗАЦІЇ БАНКУ

Активне проникнення іноземного капіталу у вітчизняний банківській сектор несе в собі як позитивні моменти, так і певні ризики, які можуть призвести не лише до зміни структури банківського сектору, а й спричинити неконтрольовані наслідки для економічної системи держави. Враховуючи те, що український ринок банківських послуг упродовж останніх років залишається одним із найдинамічніших у Східній Європі, а отже, досить привабливим для освоєння іноземними банками, особливої актуальності набувають дослідження сучасних тенденцій присутності іноземного капіталу в банківському секторі України. Проте, необхідно враховувати як позитивні так і негативні моменти припливу іноземного капіталу в країну.

Розглянемо ряд чинників, які свідчать про корисність притоку іноземного капіталу до вітчизняної банківської системи:

- 1) розширення спектра банківських послуг і підвищення їх якості;
- 2) зниження рівня відсоткових ставок за кредитами;

3) зменшення впливу внутрішніх шоків на стабільність функціонування банківської системи;

4) підвищення міжнародного фінансового рейтингу України та збільшення обсягів іноземних інвестицій у економіку;

5) оптимізації інституційної структури вітчизняної банківської системи та наближення до стандартів країн із розвинутою ринковою економікою;

6) збільшення притоку іноземного банківського капіталу в Україну з огляду на підвищений попит та ресурси з боку реального сектора вітчизняної економіки та неможливість задовольнити ці потреби за рахунок внутрішніх джерел;

7) активізації участі в об'єктивних світових глобалізаційних процесах із можливістю врахування та попередження (недопущення) негативних їх наслідків для вітчизняного банківського сектора.

Важливо, що залучення іноземного капіталу сприятиме зменшенню корупції, легалізації заробітної плати та відповідному збільшенню соціальних відрахувань, підвищенню стандартів гарантування вкладів. Проте, для розширення присутності банків з іноземним капіталом і підвищення привабливості національного ринку банківських послуг існують певні умови. Це стабільність національної грошової одиниці, сучасна система державних регулятивних інститутів, збалансоване законодавче забезпечення інвестицій та банківської діяльності; розвинений ринок банківських послуг, наявність сучасної банківської інфраструктури та кваліфікованого персоналу.

Наявність значної частки іноземного капіталу у банківському секторі несе й серйозні проблеми не лише для банківської системи, а й для вітчизняної економіки та економічної безпеки держави в цілому. Формальні і неформальні критерії та цілі діяльності банків з іноземним капіталом не обов'язково збігаються з національними цілями соціально – економічного розвитку. Структурна відсталість та інституційна слабкість економіки України робить можливість деформованого розвитку досить реальною.

Виникають загрози для економічної безпеки країни через можливий неконтрольований вплив капіталу та фінансових ресурсів. У разі несприятливих економічних умов, певні сфери економіки будуть позбавлені кредитів, бо акціонери банків з іноземним капіталом завжди інвестуватимуть у ті галузі і в тих країнах, де прибуток і безпека є вищими. Початковий приплив іноземного капіталу у вигляді відкриття філій та особливо придбання нерезидентами частки або всього статутного капіталу вітчизняних банків з часом може призвести до серйозного впливу ресурсів з країни та виведення за кордон отримуваних доходів.

ИСАНШИНА Г.Ю., ст. преп., г.Краматорск, ДГМА

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

На фоне формирования национальной инновационной системы, развития научно-технического прогресса, внедрения инновационных технологий наблюдается практически полное отсутствие информации о столь существенных преобразованиях в бухгалтерском учете. Все это порождает игнорирование бухгалтерского учета управленческим персоналом.

Целью работы является обобщение методологических и методических аспектов учета инновационных процессов, разработка практических рекомендаций по формированию информационной системы для обеспечения управления инновационной деятельностью предприятий.

Отсутствие счетов учета расходов инновационной деятельности привело к отражению данных расходов с помощью целого ряда счетов учета расходов, что усложняет определение себестоимости каждого этапа работ и формирование их общей суммы. Нельзя судить об инновационной активности предприятия и на основании финансовой отчетности. Кроме того, часть расходов на выполнение конструкторских работ, относящихся к инновационной деятельности, учитывается в составе общепроизводственных

расходов. Расходы на коммерциализацию инновационного продукта (расходы на маркетинг, рекламу, продвижение и сбыт) отражаются в составе общей суммы расходов на сбыт. Такое «размытие» информации об инновационной деятельности по статьям финансовой отчетности не позволяет определить показатель инновационных расходов. А ведь у инновационно активных предприятий уровень расходов на инновации достигает 70% общей суммы расходов. Инновационная деятельность неразрывно связана с инвестиционной. В связи с этим, основная задача предприятий, которые осуществляют инновационную деятельность, заключается в предоставлении реальной учетно-отчетной информации об инвестиционно-инновационной деятельности для внешних пользователей, в частности для потенциальных инвесторов, в целях привлечения дополнительных сумм для развития бизнеса. Уже сейчас многие аспекты организации учета расходов устанавливаются предприятиями самостоятельно Приказом об учетной политике, исходя из отраслевых особенностей и потребностей управления. Однако это подчинено действующему Плану счетов бухгалтерского учета и не позволяет обеспечить необходимую информативность учета в отношении инновационной деятельности. Все это определяет необходимость выделения в рамках традиционной системы учета и отчетности инновационного учета в качестве сравнительно автономной подсистемы информационной базы управления. С этой целью необходимо выделить счета учета доходов и расходов инновационной деятельности. Например, счет 941 «Инновационные расходы», в рамках которого можно детализировать расходы на инновационную деятельность в разрезе проектов, продуктов, центров расходов и сфер ответственности. При этом учитывать на соответствующих субсчетах к счету 941 и общепроизводственные расходы, административные расходы, расходы на сбыт инновационных продуктов. Можно согласиться со списанием на расходы периода тех инновационных расходов, которые не

принесут экономических выгод. Но расходы на исследования, результатом которых явились успешные разработки, должны включаться в стоимость инновационной продукции. В качестве примера можно предложить распределение их в течение года пропорционально объемам произведенной продукции. Все это позволит определить рентабельность инновационных продуктов, а также финансовый результат именно от инновационной деятельности.

Из рекомендуемой методики учета расходов на исследования и разработки следует и всевозрастающая роль профессионального суждения (вероятность коммерческой реализации проекта), которая будет возрастать по мере востребованности учетно-отчетной информации, исходя из необходимости реализации миссии предприятия, разработанной стратегии.

КАМЧАТНА-СТЕПАНОВА К.В., аспірант, м. Харків, НТУ «ХП»

ПОСЛІДОВНІСТЬ ЗДІЙСНЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Інвестиційна діяльність (ІД) є найважливішим джерелом забезпечення довготривалих конкурентних переваг підприємства. Від ефективності управління інвестиціями значною мірою залежить стан виробничої бази підприємств, технічний рівень основних фондів, якість продукції, що випускається.

Інвестиції та ІД мають пріоритетне значення для процесу відтворення, що обумовлено вимогами збільшення ефективності використання виробничих ресурсів як одного з головних чинників забезпечення усталеності економічного розвитку.

Дослідження ІД з точки зору її ролі в збільшенні обсягів виробництва конкурентоспроможної продукції обумовлює необхідність детального вивчення напрямів використання інвестиційних ресурсів як процесу матеріального втілення інвестицій в засоби виробництва (активи, які

використовуються в ході виробництва, розподілу корисних благ). Найважливішою категорією ІД є процес інвестування, який включає виробництво і накопичення засобів виробництва у вигляді інвестиційних товарів і послуг.

Особливе значення мають інвестиції в так званий «людський капітал», тобто витрати на освіту, створення і комерціалізацію інтелектуальних продуктів, підготовку кадрів різних кваліфікаційних рівнів та ін. Саме свідомо цілеспрямована людська діяльність здатна забезпечити максимізацію результатів господарювання за умови забезпечення раціональної організації економічних процесів.

Інвестиційний процес на підприємстві можна розглядати з двох точок зору: як комплекс можливих альтернативних інвестиційних рішень, які приймаються виходячи з наявності власних фінансових ресурсів і можливостей їх залучення (реалізується шляхом розробки інвестиційної політики (ІП) підприємства); з позиції кожного конкретного інвестиційного рішення (обґрунтування і реалізації конкретних інвестиційних проектів). При цьому існує як прямий, так і зворотний зв'язок між даними складовими інвестиційного процесу. З одного боку, розробка і прийняття до реалізації інвестиційних проектів не повинні суперечити сформованій ІП. З іншого боку, період, на який розробляється інвестиційна політика, значною мірою визначається термінами найбільш перспективних проектів. Крім того, взаємозалежність вказаних складових виражається в єдності і взаємозв'язку цілей ІП і інвестиційних проектів.

Таким чином, визначення доцільності інвестицій і вибір джерел фінансування ІД мають включати проведення оцінки інвестиційних проектів по наступних напрямках: маркетингове і економічне обґрунтування виробничої програми підприємства – одержувача інвестицій; розподіл прибутку і витрат по місцях їх виникнення при реалізації інвестиційного проекту; розробка графіку і визначення обсягів збуту по продуктових групах,

бюджету руху грошових коштів в асортиментному розрізі; розподіл прибутку від продажів по сегментах ринку, по товарах залежно від стадії життєвого циклу.

Процес ІД на підприємстві здійснюється в наступній послідовності: планування інвестиційної діяльності підприємства; розробка інвестиційного проекту; інвестування; поточний контроль і регулювання інвестиційного процесу; оцінка ефективності інвестиційної діяльності підприємства.

В сучасних умовах інтенсифікація ІД є однією з умов її ефективності. Слід також відзначити значущість визначення джерел інвестицій, оскільки формування інвестиційної політики підприємства базується на визначенні джерел фінансування. Інвестиції і фінансування тісно пов'язані один з одним і представляють різні сторони одного процесу інвестування. З одного боку отримання капіталу не має сенсу без наступного вигідного його застосування, з іншого боку реалізація інвестиційних проектів неможлива без відповідного фінансування. Окрім цього, від визначення джерела фінансування інвестицій залежить подальше протікання інвестиційного процесу.

КОРОЛЬОВА В.В., студентка, м. Харків, НТУ «ХПІ»

ДОСЛІДЖЕННЯ ТА РОЗРОБКА ЕФЕКТИВНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ

Процесс моделирования инновационной стратегии развития предприятия является целенаправленным. Основными его этапами являются: определение цели моделирования; постановка задачи моделирования; выбор типа модели; построение теоретической модели; выбор переменных; выбор форм зависимостей между переменными; подбор информационной базы для ее параметризации; выбор метода нахождения параметров модели; проверка на содержательном теоретическом уровне соответствия модели поставленной задачи. Разработка модели инновационной стратегии предприятия должна

завершаться ее идентификацией для оценки степени ее соответствия реальному объекту моделирования.

Управляя инновационным развитием предприятия, необходимо не только концентрироваться на возможности получения прибыли в каждый момент времени, но и учитывать перспективы ее сохранения и увеличения в будущем. Для этого необходимо осуществлять соответствующий анализ и прогнозирование наиболее целесообразных траекторий развития предприятия, определяющих возможные сценарии его развития и выявлять наиболее важные, переломные моменты, когда необходимо принятие принципиальных решений, позволяющих избегать кризисных ситуаций и обеспечивать устойчивое развитие предприятия.

Ключевую роль в качественном описании инновационного развития предприятия и при построении его модели играют понятия продуктов, ресурсов, производственных процессов, окружающей обстановки. Данные понятия также требуют первоочередного определения в процессе формализации и структуризации процесса инновационного развития предприятия.

При формировании многоуровневой иерархической системы целей инновационного развития предприятия целесообразно использовать коэффициенты значимости. Данные коэффициенты применяются для количественной оценки различных инновационных стратегий, их сравнения и выбора из них оптимальной. Конкретизируя цели, необходимо дойти до уровня задач, отличающихся возможностью количественных оценок степени их выполнения. При этом нужно учитывать, что отдельные локальные цели и задачи играют важную роль в оценке степени выполнения миссии предприятия. Следовательно, анализ целей является действенным инструментом формирования инновационной стратегии предприятия. Однако, при определении потенциальной эффективности инновационного развития предприятия необходимо использовать в качестве объекта

исследования, в первую очередь, задачи, а не цели, так как любая инновация предназначена для решения определенных социально-экономических задач и подлежит количественной и качественной оценке.

Список литературы: 1. Учебник. Всеобщее управление качеством. / В.В.Окрепилов. - Спб.: СПбУЭФ, 1996. - 416 с. 2. Казанцев А.К. Основы инновационного менеджмента: теория и практика. Спб.: Экономика, 2004. -521 с. 3. <http://me.kmu.gov.ua/>

КРАВЧЕНКО Є.В., студент, ДВНЗ «Українська академія банківської справи Національного банку України»

УПРАВЛІННЯ АКТИВАМИ НЕДЕРЖАВНИХ ПЕНСІЙНИХ ФОНДІВ

В процесі формування трирівневої пенсійної системи постає важливе питання фінансування пенсійних внесків. Недержавне пенсійне страхування (НПС) є одним із рівнів пенсійної системи. Активи недержавних пенсійних фондів (НПФ) є одним із джерел формування інвестиційних ресурсів держави.

Основу діяльності НПФ складають активи. Формуються вони за рахунок внесків громадян та прибутку від інвестування пенсійних внесків. До складу активів пенсійних фондів належать:

- активи в грошових коштах;
- активи в цінних паперах (акції, облігації, векселі тощо);
- інші активи згідно із законодавством [1].

На початку формування системи недержавного пенсійного страхування активи складали незначні суми і тому їх управління здійснювалося трастовими відділами банків або управлінцями банків. На сьогодні обсяги активів, якими володіє сектор НПФ досягає близько 1 млрд. грн. і тому список управляючих цими активами значно змінився, зокрема збільшилася їх кількість, а також вимоги до компаній-управлінців [3].

Згідно з законом України «Про недержавне пенсійне забезпечення» до управління активів НПФ можуть залучатися такі суб'єкти:

- компанії з управління активами (КУА);
- банки щодо активів створеного ним корпоративного пенсійного фонду;
- професійні адміністратори, які отримали ліцензію на провадження діяльності з управління активами [1].

За останні роки відбулися зрушення в кількості суб'єктів, що мають право здійснювати управління активами НПФ. Зокрема, у порівнянні з 2010 р. кількість КУА зросла на 3% (сьогодні нараховується 92 компанії), банків-зберігачів збільшилося на 2,4% (на даний момент зареєстровано 123 банки), кількість виданих ліцензій професійним адміністраторам зросла на 3% (за даними 2011 р. їх кількість складає 1375 ліцензій).

Збільшення кількості КУА нерозривно пов'язано з нарощенням пенсійних активів [2]. З метою аналізу позитивної динаміки величини активів НПФ за 2009-2011 рр. нижче надано таблицю 1.

Таблиця 1 – Ріст активів різних видів НПФ в Україні за 2009-2011 рр.

Вид Актив, млн.	Відкриті НПФ			Корпоративні НПФ			Професійні НПФ		
	2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011
Грошові кошти	139	195	225	32	26	29	2	2	1,4
Цінні папери	169	206	194	17	49	53	65	70	71
Банківські метали	27	28	24	5	4	3	-	-	-
Нерухомість	15	18	18	-	-	-	-	-	-
Інші активи	23	27	24	2	6	5	0,14	0,20	0,17
Разом	373	474	489	56	85	90	67,14	72,2	72,27

Отже, активний розвиток НПС обумовив зростання активів НПФ, що обумовило збільшення кількості КУА. Нарощування активів НПФ є потенційним джерелом довгострокових фінансових інвестицій, що сприятиме розвитку фондового ринку України.

Список літератури: 1.Про недержавне пенсійне забезпечення [Електронний ресурс] / Закон України № 1057-15 від 01.10.2011 – Режим доступу :

<http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?page=1&nreg=1057-15&new=12>. Аналітика НПФ [Електронний ресурс] / Українська асоціація інвестиційного фонду – Режим доступу : http://www.uaib.com.ua/analituaib/analit_npf.html3. Сазонець І. Л. Пенсійні та донорські фонди як інституційні інвестори [Електронний ресурс] / Книжки для студентів Ebooktime – Режим доступу : http://ebooktime.net/book_222_glava_24_2.4._Пенсійні_та_дФ.html

ЛАВРОВ Р.В., к.е.н., доцент, м. Чернігів, ЧДІЕУ

СЕГМЕНТАЦІЯ БАНКІВСЬКИХ ІННОВАЦІЙНИХ ФІНАНСОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

В умовах динамічних коливань економічного простору банк як повноцінний учасник ринку змушений також змінюватися й адаптуватися, використовуючи інноваційні фінансові технології. Природно, що означені деформації не повинні відбуватися стихійно – їх необхідно здійснювати системно в лоні розробленої інноваційної стратегії, яка вважається частиною загальної стратегії розвитку банку.

Вибір будь-якої інноваційної стратегії завжди передбачає побудову індивідуального механізму, що забезпечує її здійснення. Його орієнтація, особливості функціонування і структура побудови переважно залежать від специфіки інноваційних фінансових технологій, що зумовлені їх ідентифікацією. Тобто конкретизації мети і завдань інноваційної стратегії банку, а також уточнення та відбору підходів до її реалізації. Зважаючи на безліч її можливих проявів, необхідна досить повна сегментація банківських інноваційних фінансових технологій.

Розробка такої сегментації забезпечує більш повноцінне і цілісне розуміння банківських інноваційних фінансових технологій та дозволяє виявити проблемні взаємозв'язки й співвідношення між їх різноманітними групами і типами. Крім того, вона дає можливість визначити не тільки вибір конкретної інноваційної стратегії банку або спосіб побудови механізму її

реалізації, але й форми реалізації та просування інноваційних фінансових технологій банками.

У цьому зв'язку слід звернути увагу на розроблену класифікацію нововведень в загальнонауковому аспекті А. Пригожина. Спираючись на неї, а також узагальнюючи теоретико-методологічні дослідження інших авторів у цій царині, сегментуємо спектр банківських інноваційних фінансових технологій за певною структурою та виявимо основні чинники, що впливають на їх появу.

Передусім, слід сегментувати банківські інноваційні фінансові технології за ознакою їх зародження: реактивні та стратегічні.

Реактивні банківські інноваційні фінансові технології спрямовані на виживання банку на кредитному ринку і є реакцією переважно на нововведення банку-конкурента. Стратегічні банківські інноваційні фінансові технології спрямовані на попередження необхідності інноваційних перетворень, їх основна мета – отримання певних стратегічних конкурентних переваг на кредитному ринку. Прикладом такої банківської інноваційної фінансової технології можна вважати впровадження комплексної системи дистанційного управління рахунками та пропозиція її своїм клієнтам.

За місцем у діяльності банку інноваційні фінансові технології варто сегментувати на основні та забезпечуючі. Основні банківські інноваційні фінансові технології пов'язані зі створенням нових банківських продуктів і розробкою нових послуг. Як приклад, можна назвати емітування та розповсюдження банком власних векселів і пропозиція їх своїм клієнтам як новий варіант депозиту.

Забезпечуючі банківські інноваційні фінансові технології відіграють вторинну роль, оскільки вони безпосередньо не пов'язані з основними функціями банку і включають в себе інноваційні перетворення управлінської структури, методів організації основних банківських процесів, тобто

процесів надання послуг й реалізації банківських продуктів, модернізації існуючих банківських фінансових технологій тощо.

Наступною ознакою сегментації банківських інноваційних фінансових технологій слід вважати їх інноваційний потенціал: радикальні (передбачають впровадження принципово нових видів банківських продуктів і послуг, застосування якісно нових технологій їх реалізації та надання, використання принципово нових технологій управління); комбіновані (передбачають синтез різних наявних технологій надання послуг в один комплексний пакет, пропонований згодом на ринку як єдиний продукт); модифікуючі (покликані вносити необхідні зміни та доповнення до існуючих банківських продуктів).

Співвідношення кількості вище перелічених груп банківських інноваційних фінансових технологій має безпосереднє значення для аналізу конкретних змін банку, його адаптивності, а також наявної продуктової та матеріально-технічної бази в цілому.

За обсягом впливу банківські інноваційні фінансові технології варто сегментувати на точкові й системні. Точкові мають місце в окремому випадку вдосконалення технології на окремій ділянці роботи банку. Вони зазвичай не вимагають великих матеріальних витрат і пов'язані з підвищенням ефективності однієї-двох операцій, не надаючи помітного впливу на виробничий процес банку загалом. Системні банківські інноваційні фінансові технології визначають зміну всієї структури відносин банку.

За ступенем новизни банківські інноваційні фінансові технології слушно сегментувати на новостворені та побудовані на існуючих продуктах і послугах. Новостворені пов'язані переважно з глобальними змінами в системах відносин банку й виникають внаслідок появи нових технологій в інших сферах економіки. Яскравою ілюстрацією цього різновиду банківських

інноваційних фінансових технологій виступає фінансова послуга інтернет-трейдингу.

Банківські інноваційні фінансові технології, побудовані на вже створених продуктах, мають найбільше поширення з огляду відносної дешевизни розробок, нескладності впровадження і знижених ризиків невдачі введення нових фінансових технологій.

Сегментація банківських фінансових інновацій за характером потреб, що задовольняються, виокремлює фінансові технології, пов'язані із задоволенням існуючих потреб, і спрямовані на створення нових потреб. Банківські інноваційно-фінансові технології спрямовані переважно на задоволення наявних потреб.

Слід також сегментувати банківські інноваційні фінансові технології по відношенню до розробника: технології, розроблені самим банком, технології “замовлені” та придбані у стороннього розробника.

Внаслідок достатньої дифузності банківських інноваційних фінансових технологій виникає необхідність виокремлення їх за часом появи: технології-лідери, технології-послідовники.

Багато в чому перетинаючись з уже описаними ознаками сегментації, банківські інноваційні фінансові технології доцільно розділяти ще й за глибиною внесених змін: технології першого-шостого рівнів.

Таким чином, здійснена сегментація банківських інноваційних фінансових технологій дає можливість виявити основні чинники їх виникнення та використання банками, так як переважання тієї чи іншої фінансової технології визначає тип і спрямованість інноваційної стратегії банку. Водночас, сегментація банківських інноваційних фінансових технологій дозволяє конструювати відповідні фінансові механізми, оскільки вони визначаються саме типом впроваджуваних технологій та обраною інноваційною банківською стратегією.

При цьому будь-який банк у процесі реалізації системного підходу до визначення своєї інноваційної стратегії, розглядаючи свою інноваційну діяльність з урахуванням вищеописаних принципів і аспектів сегментації, отримує можливість точніше позиціонуватися на ринку, визначити форми просування та реалізації своїх розробок і фінансових технологій.

СОКОЛЕНКО Т.Н., к.п.н., доц., Слав'янський пед. ун-т

МАРІАН МАН, доц. Петрошанський університет (Румунія)

УНІВЕРСИТЕТСЬКИЙ ТРАНСФЕР НАУКОМІСТКИХ ТЕХНОЛОГІЙ: ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ

Предметом дослідження є виявлення причин, які заважають успішному трансферу технологій від університетів в промисловість і їх впровадженню на підприємствах. На наш погляд, найбільш **важливою причиною** є недосконалість існуючої законодавчої бази. По-перше, в законодавстві відсутнє само визначення понять «Інноваційна діяльність», «інноваційне підприємство», «інноваційний продукт». Відсутність законодавчого визначення, що таке «інноваційна компанія», по яких критеріях визначається віднесення компаній до інноваційних, може привести, з одного боку, до створення «наукових офшорів», а, з іншої – до необґрунтованих претензій з боку податкових органів до компаній з високотехнологічним бізнесом, які дійсно займаються науковими розробками. По-друге, відсутній механізм установи “spin-off” компаній для університетів: ВНЗ не можуть виступати в ролі засновників інноваційних підприємств, заснованих на університетських технологіях і розробках, і, отже, не можуть отримувати прибуток від їх діяльності. В даний час законодавча база, що стосується інтелектуальної власності і передачі технологій, зазнає суттєвих змін. На жаль, до обговорення цих документів мало притягуються представники інноваційної інфраструктури університетів, які знають про існуючі проблеми не з чуток, а з власної практичної діяльності.

Другою проблемою на шляху комерціалізації університетських наукових розробок і технологій є відсутність бюджетного фінансування на початковому етапі (3-5 років) інноваційної інфраструктури ВНЗ. Міністерство освіти і науки України виділяє певні бюджетні кошти на фінансування наукових розробок, але разом з тим, впровадження цих розробок, комерціалізація їх наукових ідей та пропозицій частіше всього залишається на папері. Хоча є світовий досвід, який показує, що центри трансферу технологій залишаються дотаційними в перших 3-5 років свого існування. Якщо в цей час вони не отримуватимуть фінансову підтримку, то просто помруть або перейдуть в «летаргічний» стан. В результаті засобу, які були виділені на створення цих центрів, будуть витрачені даремно. На наш погляд, краще створювати меншу кількість центрів, але забезпечити їм стабільну фінансову підтримку хоч би на перші три роки їх існування.

Третя проблема - відсутність кваліфікованих кадрів для інноваційної інфраструктури університетів. Одна з особливостей підготовки фахівців у сфері інноваційного підприємництва полягають в тому, що освіта повинна носити комплексний характер, і включати економічну, правову, фінансову, управлінську і технічну складові. Викладачі повинні мати практичний досвід реалізації інноваційних проектів, а в учбових курсах відбиватися світова практика інноваційної діяльності.

Четверта проблема – це відсутність економічних стимулів біля промислових підприємств для впровадження інноваційних технологій. Для малих компаній, створених на базі університетських наукових розробок і технологій, однієї з основних проблем є проблема виходу на ринок і незатребуваності їх продукту. Тому важливіше надати податкові пільги саме для підприємств, що впроваджують у себе на виробництві нові технології, чим для компаній, які такі технології розробляють. Якщо впровадження нових розробок і технологій буде підприємствам економічно вигідно, то і проблема виходу на ринок малих високотехнологічних компаній буде багато

в чому вирішена. Якщо ж піти по шляху створення податкових пільг тільки для інноваційних компаній (особливо в умовах, коли законодавчо сам термін «інноваційна компанія» не визначений), то це може привести до виникнення великої кількості псевдо-інноваційних компаній, використовуваних в податкових схемах, і, як наслідок, до дискредитації самої ідеї.

Вирішення проблем, які детально розглянуті нами вище, дозволить повною мірою реалізувати наукові результати університетської науки на практиці і, з одного боку, забезпечити нашу промисловість новими розробками і технологіями, а, з іншої - забезпечити прихід засобів з матеріального виробництва в наукову і освітню сферу.

МЕЛЬНИЧЕНКО О.В., студентка, м. Харків, НТУ «ХПІ»

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ МЕТОДІВ ОЦІНКИ РИНКОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИХ РОЗРОБОК

При дослідженні змісту поняття “інноваційний потенціал” або “потенціал науково-технічних розробок” слід виділити ресурсний підхід, структурний підхід та процесний підхід визначення даного терміну.

Більшість вчених керується ресурсним підходом, тобто визначає інноваційний потенціал як сукупність ресурсів або їх комбінацію.

Деякі вчені використовують структурний підхід, згідно якого виділяються такі основні елементи інноваційного потенціалу, як: кадровий потенціал, інформаційно-методологічний, організаційний, матеріально-технічний, науково-технічний, фінансовий.

Інші дослідники застосовують процесний підхід, за яким інноваційний потенціал пов’язується з досягненням цілей інноваційної діяльності суб’єктів, зайнятих розробкою, впровадженням та комерціалізацією інновацій.

При оцінці ринкового потенціалу науково-технічних розробок можливо використання різних методів, які умовно класифікуються за трьома групами.

До першої групи відносять методи, що застосовуються при оцінці рівня інших видів потенціалів, але їх можна застосувати за аналогією для визначення інноваційного потенціалу; до другої — методи, що використовуються для оцінки окремих елементів інноваційного потенціалу та їх інтегративного ефекту; до третьої — ті, що базуються на визначенні інноваційного потенціалу як підсистеми більш складного економічного потенціалу.

До першої групи методів в межах ресурсного підходу належатиме метод оцінки, аналогічний розрахунку експортного потенціалу як добутку виробничого потенціалу, коефіцієнтів конкурентоспроможності продукції та коефіцієнтів попиту та пропозиції.

В межах процесного підходу — це метод суми експертних оцінок інноваційних ресурсів та каталізаторів механізм їх використання.

В межах структурного підходу можуть бути використані: метод DEA-аналізу, різновидом якого є модель суперефективності.

Перелічені методи першої групи (методи аналогій) можуть бути застосовані для оцінки інноваційного потенціалу економічних суб'єктів різного рівня.

З позиції аналогій, ця модель оцінки інноваційного потенціалу є найбільше обґрунтованою, тому що надає загальну характеристику ступеню інноваційності виробництва.

В межах структурного підходу можуть бути використані: метод DEA-аналізу, який полягає в тому, що досліджується складний об'єкт з множинністю ресурсів і продуктів і аналізується його діяльність в оточуючому середовищі.

Різновидом методу DEA-аналізу є модель суперефективності, яка може визначити відносну інноваційну ефективність галузей певних регіонів, після цього можуть бути сформовані групи галузей з високим, середнім та низьким рівнями інноваційного потенціалу

Аналізуючи методи оцінки інноваційного потенціалу, що складають другу групу, слід відзначити, що в межах ресурсного підходу вченими пропонується проведення аналізу динаміки окремих якісних і кількісних показників - зміна обсягів фінансування науково-технічного комплексу; динаміка витрат на інноваційні роботи підприємств; зміна показників наукомісткості виробництва підприємств, регіонів тощо.

Перелічені показники лише певною мірою дозволяють охарактеризувати деякі особливості формування й розвитку інноваційного потенціалу складних економічних систем.

Тому доцільно в межах ресурсного підходу до визначення інноваційного потенціалу використовувати методику експертної оцінки його ресурсних елементів та умов їх використання. Розрахунок показника рівня інноваційності дозволить визначити так звані «критичні зони» використання ресурсів інноваційного потенціалу підприємств галузі (регіону).

Але цей показник містить у собі значний обсяг суб'єктивної інформації щодо експертних оцінок, тому зниження рівня суб'єктивності може бути здійснено шляхом поетапного розрахунку нормалізованої зваженої оцінки факторів.

Таким чином, критичний огляд методів оцінки ринкового потенціалу науково-технічних розробок дозволяє визначити наступне: у теорії й на практиці приділяється значна увага проблемам формування, оцінки та використання інноваційного потенціалу підприємств, регіонів, макроекономіки.

Інноваційний потенціал як найважливіша складова соціально-економічного потенціалу будь-якої економічної системи поєднує в собі сукупність певних ресурсних елементів.

Існування значної кількості методів розрахунку показників рівня інноваційного потенціалу підтверджує актуальність та значущість оцінки

наявних та потенційних можливостей подальшого інноваційного розвитку всієї економічної системи.

Методи та моделі оцінки, відібрані за цими критеріями, сприятимуть не лише підвищенню якості досліджень процесів формування і використання інноваційного потенціалу, але й ефективності управління ним в ході розробки моделей державного управління інноваційним розвитком національної економічної системи та її підсистем.

ОСТРОКОНЬ Ю.В., студентка, м. Харків, НТУ «ХПІ»

РОЗРОБКА ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЕКТУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Разработка инновационного проекта включает в себя две основные стадии :

1. Предынвестиционная. Поиск и обоснование жизнеспособности инновационной идеи. Научные и маркетинговые исследования и разработка технико-экономического обоснования.

2. Инвестиционная. Вложение денег и материальное воплощение проекта.

1. Поскольку выведение на рынок инновационных продуктов, как правило, требует инвестирования, необходимо обосновать целесообразность вложения денег и возможность получения прибыли от инновации. Важная задача исследовательской части проекта - доказать, что идея не только является инновационной, но и будет принята рынком.

Разработка инновационного проекта начинается с поиска идеи.

Поиск идеи для инновационного проекта может производиться: - на основе последних научных разработок и исследований, - анализа потребительского спроса (маркетинговых исследований, опросов потребителей).

Поиск идеи для инновационного проекта - творческая задача, часто для этих целей используется теория решения изобретательских задач.

Жизнеспособность идеи зависит от множества факторов:

- уникальность проекта, наличие конкурентов и похожих проектов;
- наличие научных разработок и исследований по данному проекту;
- наличие очевидной пользы (выгоды) для потребителя, заложенной в инновационном продукте;
- наличие потребности в продукте, портрет потребителя, объем рынка;
- соотношение затрат на реализацию проекта и коммерческого эффекта;
- наличие исходного капитала или возможности приобретения займа/кредита;
- масштабность проекта, сроки исполнения и окупаемости, необходимость дополнительных вложений;
- маркетинговая стратегия, варианты позиционирования продукта;
- уровень профессионализма и личной заинтересованности исполнителей проекта;
- юридическая защищенность проекта - соответствие законодательству, необходимость получения сертификатов, лицензий, наличие патентов, авторских прав, возможность получения поддержки со стороны государства (субсидий, льгот);

В результате анализа всех указанных факторов делается предварительное решение об инвестировании. После этого начинается разработка документации - научные изыскания и технико-экономическое обоснование, их согласование и утверждение.

Логическим завершением первой фазы является принятие решения о целесообразности исполнения инновационного проекта и инвестирования.

2. Вторая фаза - реализация, материальное воплощение инновационного проекта. Мониторинг показателей, разрешение конфликтов и корректировка проекта.

Список литературы: 1. Б.Н. Кузык, Ю.В.Яковец. Россия – 2050: стратегия инновационного прорыва. 2-е изд. - М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2005. – 624 с 2. Казанцев А.К. Основы инновационного менеджмента: теория и практика. Спб.: Экономика, 2004. -521 с. 3. <http://me.kmu.gov.ua/> .

СИРЕНКО О.М., аспірант, м. Харків, НТУ «ХПІ»

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ОСВІТНИМИ ПРОЦЕСАМИ У ВИЩОМУ НАВЧАЛЬНОМУ ЗАКЛАДІ

Сучасний вітчизняний вищий навчальний заклад (ВНЗ) здійснює не тільки поточну (операційну) освітню діяльність, але і планує та моделює короткострокову (тактичну) та довгострокову (стратегічну) перспективи цієї діяльності, для реалізації яких проводить відповідні управлінські заходи. Отже, управління освітньою діяльністю ВНЗ відбувається на кожному з цих трьох рівнів.

Операційна освітня діяльність пов'язана із наданням споживачам освітніх послуг нормативно визначеного (або досягнутого) рівня якості. Для її забезпечення створюються навчальні комплекси, які на підставі договірних відносин об'єднують ВНЗ із школами та профільними коледжами і реалізують концепцію безперервної освіти. Одним із завдань цього рівня управління є запровадження визнаних освітніх інновацій у власну поточну діяльність.

Інноваційні освітні процеси сьогодні відбуваються в умовах постійного створення нових знань. Тому інноваційний характер власної освітньої діяльності ВНЗ проявляється вже на *тактичному* рівні її управління, оскільки завданням його менеджменту є *інтеграція* освітніх процесів з наукою, виробництвом та освітою інших країн.

Результатами поєднання освіти з науковою діяльністю (в т.ч. і власною) є впровадження наукових досягнень та новітньої інформації в освітні процеси,

підготовка наукових, технічних і педагогічних кадрів (в т.ч. вищої кваліфікації), підвищення їх кваліфікації. Для цього використовуються як власний освітньо-науковий потенціал закладу, так і потенціал бізнес-партнерів.

Другим управлінським завданням є інтеграція з виробництвом, тобто зближення освітніх і виробничих процесів з метою удосконалення професійних компетенцій і вмінь споживачів освітніх послуг. Завдяки цьому виробничі, науково-технічні, маркетингові інновації партнерів стають доступними для впровадження їх у освітній процес ВНЗ. Тому заклади створюють навчально-науково-виробничі комплекси із своїми стейкхолдерами, які в тому числі є і замовниками освітніх послуг ВНЗ для задоволення власних кадрових потреб.

Третім напрямом управлінської роботи є інтеграція ВНЗ з провідними освітніми закладами. Сучасним дієвим інструментом реалізації інтеграційної діяльності ВНЗ є університетські мережі, які є проявом глобалізації світових економік, наук і культур, відкритості ринків праці. В них на взаємовигідній основі об'єднуються провідні вітчизняні та іноземні університети і відбувається обмін та взаємне користування освітніми досягненнями і ресурсами.

Завданням *стратегічного* рівня управління є інноваційна освітня діяльність. Взаємодія процесів надання освітніх послуг з інтеграційною діяльністю формує синергію, яка приводить до створення освітніх *інновацій*.

Важливим напрямом на цьому етапі управління є формування освітньо - наукових кластерів (ОНК), які об'єднують суб'єкти ринку освітніх послуг (навчальні і наукові заклади та громадські об'єднання, інноваційні структури (парки, інкубатори), бізнес-структури, відповідні органи влади). Пріоритетними завданнями ОНК є поєднання потенціалів партнерів, координація зусиль у наукових дослідженнях для розробки інноваційних продуктів. Для ВНЗ такими є освітні інновації (насамперед форми і

технології освітніх послуг). Важливими їх результатами є підвищення конкурентоспроможності власних освітніх послуг; залучення інвестицій від учасників кластеру, що дозволяють впроваджувати власні і світові освітні інновації; вплив на інноваційний розвиток економіки регіону та країни. Ще одним пріоритетним управлінським напрямом стратегічної діяльності у ВНЗ є формування наукових шкіл, які зберігають, розвивають і поширюють інформаційні бази професійних знань, а також створюють освітні інновації.

Автором розроблена система індикаторів інноваційної освітньої діяльності ВНЗ. Проведений аналіз завдань для всіх рівнів управління інноваційною освітньою діяльністю потрібний для подальшого моделювання управління відповідним ресурсним забезпеченням ВНЗ.

СМАЛЬ С.Є., РУДАВІН А.А., ІСТОМІН А.В., магістранти, м. Харків, НТУ «ХПІ»

СТРАТЕГІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

З урахування соціально-економічних особливостей сьогодення можна виділити наступні заходи.

Забезпечити проведення вартісної оцінки та прийняття на баланс підприємств та організацій у вигляді нематеріальних активів об'єктів права інтелектуальної власності, інших результатів наукової та науково-технічної діяльності, що створені за державні кошти та призначені до використання. Це надзвичайно актуально для підприємств науково-технічної сфери й тих, які мають бути приватизовані.

Сприяти поетапному створенню національної мережі комерціалізації та трансферу технологій і інновацій на основі організації регіональних центрів комерціалізації та трансферу технологій і інновацій. Це поліпшить інфраструктуру взаємодії між ринком і науково-дослідними організаціями, сприятиме доступу підприємницьких структур та промислових підприємств

до новітніх технологій, підвищить результативність науки, стимулюватиме організації-виконавці та керівників проектів уже на ранніх етапах розв'язувати проблеми їх ринкового використання.

Враховувати, що за умов слабого попиту промисловості на науково-технічні здобутки і значних обсягів досліджень, виконаних за державні кошти, перспективною формою просування об'єктів інтелектуальної власності у господарський обіг може бути розробка програм і стимулів науково-технологічного партнерства між державними структурами в академічному, галузевому й освітянському секторах науки та промисловістю. Доцільно також розробити правову базу для можливості заснування державними організаціями науково-технологічного сектору малих інноваційних підприємств на основі результатів досліджень та об'єктів промислової власності саме державних організацій.

Знизити на 80–75% діючі ставки зборів за патентування винаходів та корисних моделей. Діюча фінансово-економічна криза може стимулювати процес відмови українських державних підприємств та наукових організацій від прав на інтелектуальну власність та переміщення потоку інтелектуальної власності до фізичних осіб, для яких встановлено пільги зі сплати зборів.

Розробити та запровадити механізми державної підтримки патентування винаходів, що створені відповідно до пріоритетів технологічного розвитку країни, за кордоном. Це сприятиме підвищенню кількості іноземних патентів, отриманих підприємствами та організаціями України, та правовій захищеності експорту наукоємної та інноваційної продукції в іноземні країни, зменшить ризики такого експорту.

Впровадити з 2012 року державне статистичне спостереження створення та використання передових виробничих технологій, нових в Україні, у світі та принципово нових, з урахуванням використаних об'єктів інтелектуальної власності та їх патентної чистоти. Це дозволить щороку відстежувати ситуацію щодо результативності співпраці творців інтелектуальних розробок,

підприємств і організацій щодо їх впровадження, а також рівень впливу суб'єктів науково-технологічної сфери на продуктивність праці та конкурентоспроможність продукції та послуг та приймати адекватні державні рішення. На цей час у Державному комітеті статистики України розроблено проекти інструкції та статистичні форми стосовно спостережень, наведених вище.

Розробити порядок визначення винагороди, роялті, паушального платежу авторам за використання майнових прав на об'єкти права інтелектуальної власності, створених за державні кошти. Неврегульованість цього питання та відсутність традицій виплати винагороди призводять до виплат винахідникам на підприємствах незначних сум протягом перших двох років або повної відсутності здійснення виплати, що має наслідком незацікавленість винахідників та авторів у використанні об'єктів права інтелектуальної власності, гальмування винахідницької діяльності.

СТРОКОВ Є.М., ТИМОФЕЄВ В.М., д.е.н., проф.

МЕРЕЖЕВА МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ПОЛІТИКОЮ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Складність вироблення інноваційної політики для підприємств взагалі, та машинобудівних підприємств зокрема, полягає в тому, що в різноманітні швидких змін як у зовнішньому середовищі, так і в середині самого підприємства, старий досвід ведення справ і вирішення завдань вже не спрацьовує, а новий досвід накопичується вкрай повільно.

Для рішення цих питань вважаємо правомірним і обґрунтованим запропонувати такий алгоритм дій, що представлений на рис.1 – Трисекторна мережева модель управління інноваційною політикою.

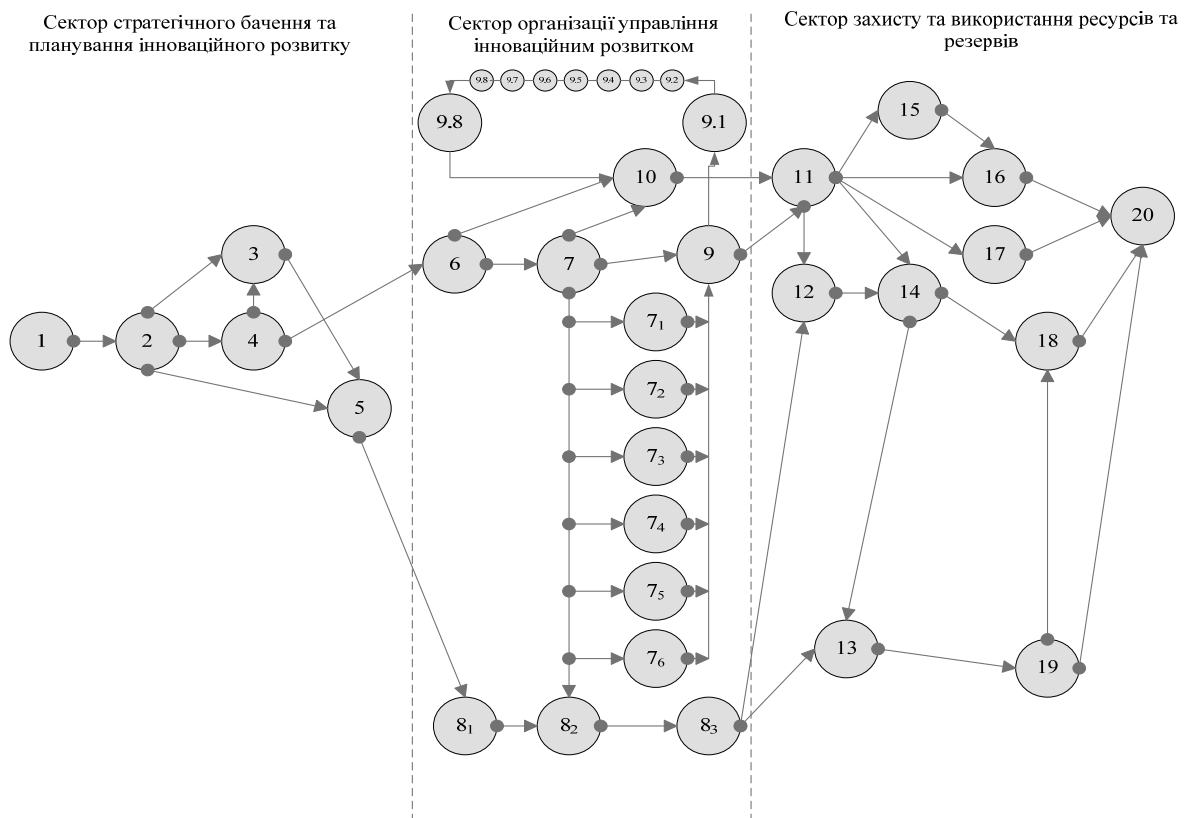


Рис.1 – Трисекторна мережева модель управління інноваційною політикою

Нижче наведені цифрові позиції, що розшифровують позначки вузлів мережевої моделі.

- 1) Визнати і прийняти неминучість та безальтернативність інноваційної стратегії;
- 2) Визначити мету та шляхи розвитку (ідеальна модель);
- 3) Комплексно оцінити ситуацію свого підприємства (з позицій глобальних тенденцій, потреби у виробленій продукції, що дозволяючих правил ведення бізнесу, своїх ресурсів, можливостей «запозичення» необхідного з зовні);
- 4) Організувати постійний механізм самодіагностування та аналізу;
- 5) Розробити близькі до реальності (відповідно до можливостей) сценарії розвитку;
- 6) Розробити організаційно-інформаційну модель управління розвитком;
- 7) Розробити інноваційну стратегію в основі якої:

- 7.1) Інноваційна стратегія в цілому;
- 7.2) Пакет інноваційних програм і проектів;
- 7.3) Нова інформаційна система;
- 7.4) Формування готовності колективу;
- 7.5) Ресурсне забезпечення;
- 7.6) Новий механізм управління ІР.
- 8) Створити умови, що саме по собі є процесом тривалим і складається з:
 - 8.1) Інноваційних знань;
 - 8.2) Фінансового менеджменту;
 - 8.3) Інституціонального розвитку.
- 9) Створити локальні механізми і моделі, зв'язавши їх у мережу:
 - 9.1) Дослідження ринку та організації конкурентної боротьби;
 - 9.2) Управління знаннями;
 - 9.3) Управління інноваційними проектами;
 - 9.4) Гнучкий механізм стимулювання інноваційної діяльності;
 - 9.5) Розвиток інтелектуального потенціалу та захист інтелектуальної власності;
 - 9.6) Програма інформатизації;
 - 9.7) Програма формування готовності колективу до інновацій;
 - 9.8) Ряд інших.
- 10) Підпорядкувати виробничо-технологічні інновації завданням конкуренції та ефективності;
- 11) Розробити ідеологію і програму ресурсного (у широкому плані) забезпечення і ресурсозбереження;
- 12) Розробити ідеологію, правила і технології забезпечення відповідальності учасників інноваційного процесу за реалізацію проектів і за кінцеві результати;
- 13) Організувати оперативне управління із гнучким механізмом реакції на ситуації.

- 14) Побудувати та задіяти програму подолання бар'єрів на шляху інноваційного розвитку, через освіту, переговорний і виховний процес.
- 15) Організувати систему аналізу та оцінки руху по цілям (орієнтирам, планам);
- 16) Вирішити завдання захисту інформації в цілому;
- 17) Вирішити завдання захисту інтелектуальної власності;
- 18) Вирішити завдання соціального захисту членів колективу;
- 19) Розробити і реалізувати програму «резервів» та «компенсаторів» на випадок виникнення непередбачених ситуацій;
- 20) Задіяти постійно діючу модель здійснення оцінок, прогнозів і балансових механізмів.

В цілому запропонована модель у стислому та наочному виді розкриває механізм послідовно-паралельного рішення ключових завдань організації інноваційної політики на підприємстві.

ТАРАСЕНКО С.М., асистент кафедри економіки і маркетингу, НТУ «ХПІ», м. Харків

ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ПОРТФЕЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ

В умовах сучасного ринку найважливішого значення набуває активна інноваційна і інвестиційна діяльність підприємства. Ця діяльність базується на тому, що більшість підприємств обирають для своєї інвестиційної діяльності більш ніж один об'єкт для вкладення своїх коштів. Цілеспрямований підбір таких об'єктів є процесом формування інвестиційного портфеля.

Основними цілями формування портфеля реальних інвестицій організації є: забезпечення високих темпів зростання капіталу; забезпечення високих темпів доходу; забезпечення мінімізації інвестиційних ризиків; забезпечення стабільних доходів грошових коштів. Основні цілі формування конкретного

інвестиційного портфеля можуть бути покладені в основу відповідних критерійних показників. Так кожне підприємство може встановити прийнятні для нього нормативні значення мінімальних темпів зростання капіталу; максимального рівня інвестиційного ризику і т. п. Формування портфеля проектів - це той етап управління проектами, на якому робиться розподіл наявних на підприємстві матеріальних і не матеріальних ресурсів. Етап, на якому здійснюється вибір проектів, які компанія повинна фінансувати, незважаючи на наявність багатьох інших можливостей. Цей вибір визначатиме діяльність підприємства на наступні декілька років і тому на практиці цьому етапу приділяється максимум уваги. Відразу слід зазначити, що формування портфеля - це динамічний процес за допомогою якого список робочих проектів постійно модифікується і переглядається. Нові проекти прораховуються і аналізуються, а існуючі проекти можуть бути прискорені, призупинені або ж повністю виключені з переліку активних проектів. Виходячи з цього, розподіляються і перерозподіляються ресурси.

Практика показує, що процес ухвалення рішення з цього питання ускладнюється цілим рядом чинників, а саме:

- недостатньою достовірністю інформації яка використовується менеджерами;
- цілями підприємства, що постійно змінюються;
- проекти підприємства що знаходяться на різних стадіях завершення;
- ресурси підприємства що є в наявності постійно обмежені;
- проекти, як правило, взаємозв'язані між собою.

Проблема формування оптимального портфеля проектів розглядається фахівцями з інвестицій з середини минулого століття. Більшість з розроблених методик по формуванню портфеля були розроблені на основі математичних моделей з використанням методів лінійного, динамічного і цілочисельного програмування. Їх мета полягала в тому, щоб за допомогою складання портфеля проектів максимізувати деяку об'єктивну функцію

(наприклад, очікуваний прибуток), що має набір обмежень ресурсу. При цьому виявилися ряд перешкод, з якими управлінці зіткнулися при рішенні завдань, що стоять перед ними. Тобто, незважаючи на безліч запропонованих методик, майже у всіх був один недолік - більшість з них складно було застосувати на практиці.

Портфель реальних інвестиційних проектів, що формується підприємством, має ряд особливостей, що відрізняють його від портфелів інших об'єктів інвестування. Це відбувається через те, що порівняно з іншими видами інвестиційних портфелів він являється зазвичай, найбільш капіталомістким, найменш ліквідним, більше ризиковим у зв'язку з тривалістю реалізації, а також найбільш складним і трудомістким в управлінні. Це визначає високий рівень вимог до його формування, ретельність відбору кожного інвестиційного проекту, що включається в нього.

У останні декілька років і у нас в країні і за кордоном приділяється підвищена увага рішенням задачі формування оптимального портфеля реальних інвестицій. Розробляються нові методики та нові програмні пакети, але поки що ця проблема залишається актуальною і вимагає подальшого вдосконалення.

ТАРАСЕНКО О.Р., студент, м. Вінниця, КНТЕУ ВТЕІ

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ТА ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ

Для початку слід окреслити актуальність інноваційного розвитку економіки України, що зумовлюється стрімким зростанням впливу науки та нових технологій на соціально-економічний розвиток країни. Високотехнологічний прогрес докорінно і швидко змінили структуру світової економіки. Виявилось, що неспроможність країни здійснити

структурну перебудову економіки, відповідно до нового технологічного укладу призводить до відставання країни на межі якої є Україна.

Проблема інноваційного розвитку економіки сама по собі є комплексною, починаючи з пострадянського часу : зниження рівня технологічного розвитку економіки України, відсутність вагомих зрушень в інноваційному процесі та в подальшому деградація структури економіки у напрямку високотехнологічної інституції, підґрунтям якої став недостатній освітянський рівень. Важливе значення в проблемах інновації відіграє невдосконалене законодавство, неефективне держане управління, недостатній розвиток відповідної інфраструктури, відсутність стимулювання науковців до співпраці. Зважаючи на це велика кількість науковців зі своїми винаходами та інноваційними ідеями виїжджають в інші країни та стрімко розвиваються, нарікаючи на українське законодавство, яке не визнає інновацій наших громадян та не здійснює фінансову підтримку. Варто зазначити, що в Україні інтелектуальна власність майже не цінується, порівнюючи з державами Європейського союзу, в яких нематеріальні активи становлять від 50 до 80 відсотків від власності майна. Виходячи з цього потрібно створювати ефективний механізм та інструмент реалізації інноваційної політики. Але не все так погано як здається на перший погляд, адже, взявши до уваги глобальний індекс інновацій , Україна займає 60 місце із 125 країн. Зважаючи на цей факт нам потрібно негайно вносити корективи в наше законодавство та залучати до співпраці провідних підприємств для взаємодії та спільного досягнення поставлених цілей, а саме скорочення розриву з провідними країнами Global Innovation Index. Головними перспективами розвитку є активна діяльність, яку здійснює держава, відчувши спад інноваційного розвитку, через що і проводить конференції з приводу інновацій в економіці держави. Варто також відзначити перспективу діяльності національної економіки України у таких галузях як: вугільна, харчова та сільськогосподарська. Швидкість виходу України із так

званої стадії стагнації економіки на сучасну траєкторію інноваційного розвитку залежить, насамперед, від збереження потенціалу галузевих науково-дослідних, проектно-конструкторських установ, оскільки вони відіграють головну роль в процесі матеріалізації інновацій.

Стосовно ефективності стратегій, варто зазначити, що вони залежать від державного управління, через яке відбувається проведення заходів національного та регіонального рівня, що сприяє поліпшенню якісних характеристик вітчизняного науково-технологічного розподілу. Виходячи з цього будується стратегія для подолання конкуренції державної продукції із імпортними товарами не тільки за ціною, а й за якістю. А також здійснення ефективного розподілу обмежених фінансових ресурсів, максимально концентруючи наявні кошти на важливі напрямки науково-технічного прогресу. У разі неможливості фінансування потрібно створити умови для залучення додаткових іноземних інвестицій.

Сукупність цих стратегій повинні започаткувати основу інноваційного розвитку. В подальшому забезпечити національну економіку еластичністю, динамічністю регулювання економічного середовища на коливання попиту і пропозиції, зміни рівня прибутковості галузей і виробництва, акумулювання та перерозподілу фінансових ресурсів, безпосередньо на подальшу продуктивність інноваційного розвитку України.

ЮДОВИЧ К.Ю., магістр, м. Харків, НТУ «ХПІ»

РОЗВИТОК ТЕОРЕТИЧНИХ ЗАСАД ВИЗНАЧЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ НОВОВВЕДЕНЬ

З метою більш точного відображення в розрахунках соціально-економічної ефективності нововведень величини продукту для суспільства потребує подальшого розвитку проблема створення комплексів нормативів ефективності та методів їх визначення. В цілому ряді робіт аргументується наявність трьох групи нормативів аналізованих коефіцієнтів: 1) основних

фондів та капіталовкладень; 2) робочої сили; 3) дефіцитних матеріальних та природничих ресурсів. Норматив першого виду розглянутий у економічній літературі досить детально і в даній науковій темі не є предметом дослідження.

Економічна оцінка обмеженості матеріальних ресурсів виявляється важливою, оскільки Україна відчуває дефіцит у ряді матеріально-енергетичних ресурсів. Найбільш актуальною і найменш розробленою виглядає проблема оцінки за допомогою відповідних коефіцієнтів ефективності використання живої праці, що й стало темою нашого дослідження.

Подібний облік необхідний, оскільки на сьогодні частина робочої сили використовується непродуктивно. При цьому на нинішньому етапі економіки знань, намаганні освоювати нові, більш значущі технологічні уклади, недостатнє лише зростання технічної озброєності праці, чисельного збільшення фізичної кількості обладнання. Постає завдання значного підвищення його можливостей, продуктивності, якості, в тому числі, надійності. Підвищенню останньої на сьогодні, на жаль, приділяється недостатня увага. У той же час, у високо автоматизованому виробництві кожний вихід обладнання з ладу призводить до значних втрат. Нові виробничі комплекси розглядаються не тільки як засіб значного підвищення продуктивності праці, а й як засіб, змінення якості і кількості працюючих. Це викликає завдання при створенні відповідного обладнання всебічного вимірювання витрат на його розробку та виготовлення з перевагами при його використанні.

При цьому важлива роль належить розробці методів умовного розподілення норматива ефективності основних фондів і капіталовкладень E_H (в ринкових умовах він співпадає з коефіцієнтом дисконтування E_t) на дві складаючі, а саме, пов'язані з трудовими ресурсами та фондами.

Доведена доцільність розподілення нормативного коефіцієнта основних

фондів та капіталовкладень у вигляді суми двох складаючих: 1) ефективність праці, залежної фондами, яка залежить від рівня технічної озброєності; 2) ефективність застосування живої праці .

Для виявлення ролі останньої в процесі суспільного розвитку прийнята концепція, що для вимірювання ефективності живої і уречевленої праці, матеріалізованої виробничих фондах, необхідно останню висловити в одиницях, еквівалентних живій праці. В такій постановці умовності рівності чоловіко/години живої праці усуваються, оскільки уречевлена у фондах праця висловлюється у трудових одиницях, що еквівалентні ефективності живої праці [1, с.80-86].

Для вимірювання узагальнюючою показника ефективності використана величина національного доходу. Такий макроекономічний показник характеризує рівень і динаміку економічного розвитку держави.

Результати проведених розрахунків довели, що основний вплив на величину національного доходу має жива праця. Виконані прогностичні розрахунки по встановленню тенденції її змін у динаміці.

Подібні розрахунки, їх теоретично-методологічне узагальнення мають суттєве значення для визначення ефективних напрямків інноваційного розвитку. Вони свідчать, як впливає реалізація конкретного нововведення на величину сукупного суспільного продукту. Тим самим вони характеризують зворотний зв'язок впливу даного продукту на ефективність суспільного виробництва в цілому.

Список літератури: 1. *Плышевский Б.П.* Эффективность общественного производства; методы, расчеты, показатели / **ред. Б.П. Плышевский.** – М. : Экономика, 1979, – 215 с.

ТРУБІНА М.А., аспірант, м. Запоріжжя, ЗДІА

СВІТОВИЙ ДОСВІД РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ОРІЄНТОВАНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Створення конкурентоздатної економіки України спонукає до державної регуляції через пошук та взаємодію дієвих механізмів та інструментів реалізації інноваційної політики. На державному рівні інноваційна діяльність регулюється понад 200 документами, зокрема, прийнятою ще 13 липня 1999 р. Концепцією науково-технічного та інноваційного розвитку України, законами України «Про пріоритетні напрями розвитку інноваційної діяльності в Україні», «Про інноваційну діяльність», «Про інвестиційну діяльність», «Про наукову і науково-технічну діяльність», указом Президента «про заходи щодо поліпшення інвестиційної та інноваційної діяльності України» та багатьма іншими нормативно-правовими документами. Однак, не зважаючи на значну кількість законодавчих актів, державне регулювання носить формальний, декларативний характер, адже й досі для українських науковців та дослідників найбільш актуальним є питання пошуків джерел фінансування. Значною мірою досягнення цілей інноваційного розвитку залежить від можливостей фінансування в Україні науково-дослідницької діяльності та залучення бюджетних і позабюджетних коштів.

Показовим є досвід роботи в цій сфері окремих розвинених країн, і, зокрема, ФРН. Німеччина залишається лідером серед країн Європи з інноваційної діяльності, проте, частка інноваційних технологій є нижчою порівняно з США та Японією. Значна частка НДДКР в Німеччині здійснюється на так званих кооперативних засадах, при цьому 40 % фінансування цих робіт покладається на федеральний уряд, а високотехнологічні виробництва виносяться за кордон, тоді як науково-дослідні структури залишаються в Німеччині. Ще в середині 90-х років на замовлення уряду ФРН було проведено визначення найбільш перспективних технологій, серед яких: нанотехнології та мікроелектроніка, фотоніка,

мікросистемна механіка, програмне забезпечення, молекулярна електроніка, клітинна біологія, системи управління персоналом та багато інших. Після цього федеральне міністерство науки та технологій очолило інноваційні проекти у декількох найбільш пріоритетних галузях, основними з яких були молекулярна медицина, нові матеріали, інформаційні технології в освіті та комунікації у великих містах.

Починаючи з 90-х років, розвиток інноваційної діяльності у Великобританії спрямовувався в напрямку до диверсифікації інноваційної інфраструктури, створення системи державних замовлень наукомісткої продукції, державного субсидювання високовартісних ризикових проектів в таких перспективних галузях як літакобудування, електроніка, створення альтернативних джерел енергії та багатьох інших. З метою вдосконалення державою механізму управління інноваційними перетвореннями у Британському Королівстві було оптимізовано координаційні зусилля у сфері науково-технічної діяльності, а також розроблено спеціальну програму із забезпечення дослідницьких осередків необхідним сучасним устаткуванням та обладнанням, створено державний фонд фінансування пріоритетних досліджень міжгалузевого характеру. Значна увага в цій країні приділяється наданню кредитно-фінансових пільг. Зокрема, розвиток венчурних фірм в Англії підтримується кредитами комерційних банків.

В цілому підтримка розвитку інноваційного підприємництва за кордоном реалізується прямими (адміністративно-відомча та програмно-цільова форми), а також непрямыми (податкові та кредитні пільги, страхування інноваційних ризиків) методами. Прямі методи державної підтримки реалізуються, наприклад, завдяки розширенню дотацій на дослідницькі проекти для малого бізнесу або виконанню цільових програм розвитку технопарків, венчурного підприємництва, субпідрядних чи контрактних систем. Дуже ефективним та дієвим є надання податкових пільг, зокрема, прогресивного чи ступінчатого оподаткування прибутку; звільнення від

сплати податку на прибуток; оподаткування прибутку за зниженими ставками.

Надзвичайно сприятливими для впровадження інновацій в країні є системи податкового стимулювання інновацій, котрі передбачають амортизаційні пільги, пільги щодо стимулювання НДДКР, податкові кредити, пільги щодо формування резервних фондів.

Ще однією ефективною формою фінансової допомоги є гарантування державою позик. Так, в США 90 % всієї фінансової допомоги для малих підприємств надається у формі гарантованих позик, при цьому гарантія складає до 90 % суми позики, проте, не більше 500 тис. дол.

Створення резервних фондів – це також один з важливих стимуляторів впровадження інноваційних технологій. Німецькі, швейцарські, японські корпорації та фірми завдячують високими інноваційними показниками саме звільненню від оподаткування резервним фондам.

Аналіз впровадження та перебігу інноваційних процесів в Україні переконливо свідчить, що основним чинником неефективності інноваційної політики в нашій країні залишається відсутність належного фінансування наукової та дослідницької діяльності або нераціональне їх застосування. Очевидно, що фінансово-кредитні та податкові інструменти впливу на реалізацію інноваційної стратегії в нашій країні ще не використано або задіяно незначною мірою.

В Україні не визначено пріоритетних напрямків інноваційної діяльності, котрі забезпечуватимуть конкурентоспроможність української національної економічної системи, відповідатимуть головним тенденціям світового технологічного розвитку та специфіці українського науково-технічного потенціалу. Таким чином, відсутні концептуальні передумови для розробки загальнонаціональної стратегії інноваційного розвитку.

Брак цілісної та всеосяжної системи законодавства в інноваційній сфері обумовлює відокремленість наукової та дослідницької діяльності від

виробництва. Нині вітчизняне виробництво, наука й освіта регулюються окремими нормативно-правовими актами. З цієї причини унеможлиблюється запровадження дієвих інструментів інноваційної політики, ускладнюючи здійснення переходу на інноваційний шлях розвитку економіки.

Для стимулювання інноваційного розвитку української економіки необхідні:

- фінансова підтримка інноваційного бізнесу державою в прямій та непрямій формах;
- фінансове забезпечення діяльності інноваційних підприємств у вигляді системи податкових пільг;
- надання амортизаційних пільг;
- державне гарантування інвестиційних кредитів, а також надання пільгових позик та звільнення від оподаткування коштів, котрі залучаються до фондів кредитування інноваційної діяльності;
- створення інноваційних фондів та залучення до цього різновиду діяльності комерційних банків;
- заохочення системи пільгового страхування ризиків інноваційного підприємництва.

В усьому світі провідна роль відводиться створенню державою сприятливих умов для здійснення інститутами та підприємствами фундаментальних та прикладних розробок. В Україні інноваційні проекти залишаються нереалізованими через брак коштів, нераціональне використання фінансових та виробничих ресурсів, відокремленість фінансового ринку та інвестиційних потоків від реального сектору економіки. Головною та визначальною причиною слабого інноваційного поступу української економіки є незначна роль держави у його забезпеченні. В Україні все ще робиться ставка на застарілі виробництва; в розробках економічних стратегій, передусім, враховується експортний потенціал виробництв, а не їх технологічна перспективність. За таких умов тимчасове

економічне зростання не забезпечує перехід до стадії постіндустріального розвитку суспільства, таким чином, національна економіка позбавляється майбутнього.

ПЕРЕРВА П.Г., д.е.н., проф., декан економічного факультету НТУ «ХПІ»

ВЕРЕС ШАМОШІ МАРІАНН, зав. каф. Мішколицьського ун-ту (Угорщина)

ОРГАНІЗАЦІЙНА МОДЕЛЬ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ НАУКОВИХ РОЗРОБОК УНІВЕРСИТЕТІВ

Пропонується також організаційна модель комерціалізації і трансферу технологій на основі функціонального підходу, який передбачає створення в ВНЗ або за його межами спеціального підрозділу, в функції якого необхідно ввести задачу, яка безпосередньо відтворює функції комерціалізації або трансферу технологій на цьому підприємстві. Це дозволяє цілеспрямовано (функціонально) займатися питаннями комерціалізації технологій та підвищенням ефективності цього процесу. Пропонується використання незалежних фірм-посередників (інноваційних брокерів). В розвиток цього підходу запропоновано використання ланцюгового (як мінімум подвійного) брокерства, що дозволяє суттєво прискорити процес комерціалізації і підвищити його ефективність (рис.1). До задач пошуково-організаційного інноваційного брокера слід віднести: дослідження сучасних потреб споживачів науково містких технологій; представлення потреб споживачів технологій в формі бізнес-плану; проведення незалежної експертизи бізнес-планів; представлення бізнес-планів потенційним інвесторам, розробникам і споживачам технологій; пропозиція бізнес-планів інвесторам, розробникам і споживачам технологій; сприяння укладанню угод між розробниками і споживачами технологій на їх розробку і т.д.

Задачі пошуково-збутового інноваційного брокера: створює банк технологій для подальшого їх збуту споживачам; проводить юридичну

експертизу на право власності і взаємовідносин продавця, власника прав і автора технологій; розробляє форму представлення розробленого технологій для збуту; організовує презентації розроблених технологій з участю автора, продавця і експертів потенційного споживача чи покупця; вирішує питання подальшої охорони та захисту прав авторів та власників розроблених технологій; представляє інтереси продавця (власника, автора) при проведенні переговорів з потенційними споживачами (покупцями) технологій та при укладенні відповідних угод на їх продаж; вирішує мовні, валютні та інші питання при міжнародному трансфері або комерціалізації технологій.

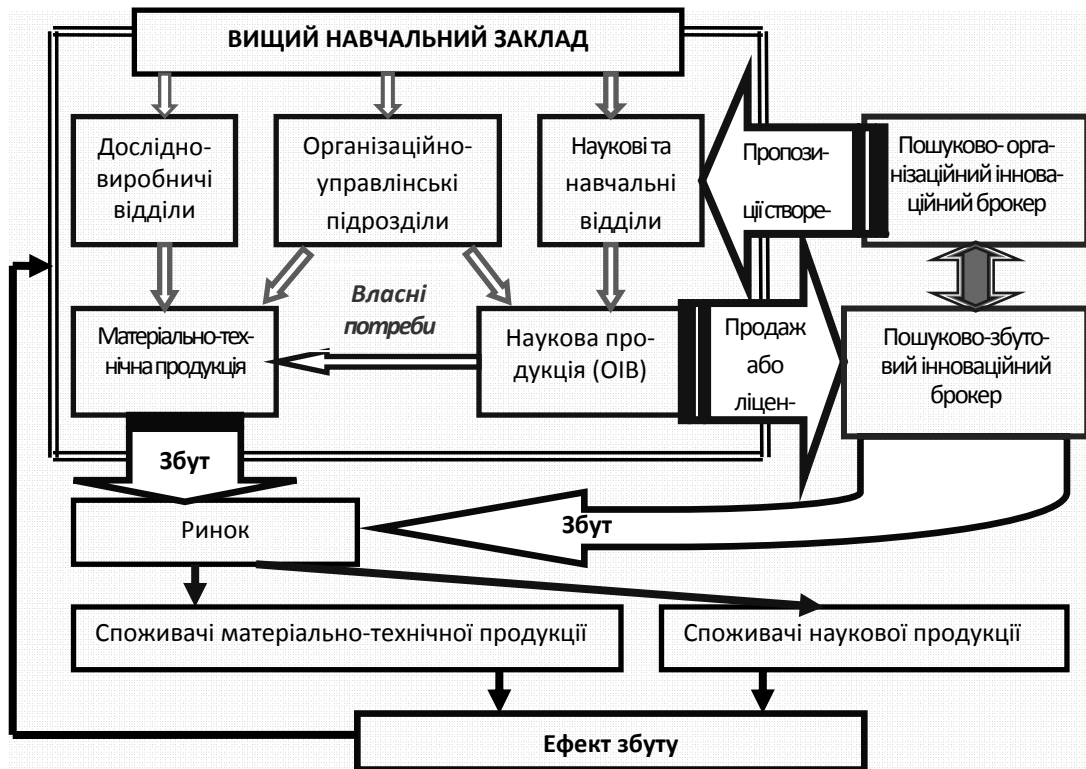


Рис.1. Організаційна схема комерціалізації технологій в ВНЗ з використанням подвійного (ланцюгового) інноваційного брокерства

Ефективність такого підходу підтверджується наступними тезами: підприємства-розробники технологій більш точно враховують потреби сучасного ринку при формуванні портфелю бізнес-замовлень на створення технологій; розроблені технології в більшій ступені відповідають вимогам і

потребам потенційних споживачів; прискорюється процес збуту інтелектуальної продукції; зменшується час на проведення узгоджень з потенційним покупцем (споживачем), оскільки більшість переговорних положень вже проведені пошуково-організаційним інноваційним брокером.

Підхід, що пропонується, був успішно апробований в практиці наукової діяльності університетів України та Угорщини при організації трансферу та комерціалізації наукових університетських розробок.

СЕКЦІЯ 5. ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИЧО- ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ПРАВОВА ОХОРОНА ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

ЗАЛЮБОВСЬКА Л.М., магістрант, м. Кременчук, КНУ ім. М. Остроградського

ПРОБЛЕМИ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЗАХИСТУ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ

Суттєвою проблемою в Україні є недосконалість правових механізмів захисту прав інтелектуальної власності. Український ринок переповнений товарами, що реалізуються з порушенням прав інтелектуальної власності, зокрема прав на знаки для товарів і послуг, а також авторських та суміжних прав. Тому створення системи ефективного захисту прав інтелектуальної власності сприятиме залученню до економіки України іноземних інвестицій та стимулюватиме створення національної інтелектуальної власності, оскільки розвиток законодавства щодо захисту прав на об'єкти інтелектуальної власності є однією з вимог ГАТТ/СОТ та Угоди про партнерство і співробітництво з ЄС. З огляду на посилення політики міжнародної інтеграції протягом 2000 року Україна ратифікувала низку міжнародних угод та доповнила внутрішнє законодавство з питань захисту прав інтелектуальної власності. Однак найбільшою проблемою є відсутність механізмів втілення цього законодавства.

Аналізуючи стан захисту прав об'єктів інтелектуальної власності, важливими кроками у цьому процесі було приєднання у листопаді 1999 року України до Паризької конвенції про охорону промислової власності, і у червні 2000 року ратифікація Верховною Радою Мадридської угоди про міжнародну реєстрацію торгових знаків та Ніццької угоди про міжнародну

класифікацію виробів та послуг [1, 2]. Але не зважаючи на ці заходи, слід зазначити, що рішення про приєднання України до міжнародних конвенцій мають, швидше, декларативний характер, оскільки механізм їхнього втілення в Україні відсутній. Це пов'язано по-перше з проблемами формування внутрішнього законодавства та приведення його до світових норм.

Важливим кроком щодо захисту права на об'єкт інтелектуальної власності було встановлення Законом "Про розповсюдження примірників аудіовізуальних творів та фонограм" [4] адміністративної відповідальності за незаконне розповсюдження примірників аудіовізуальних творів і фонограм.

На нашу думку, запровадження Закону дозволить розрізняти легальну і нелегальну аудіо- та відеопродукцію за наявності контрольної марки [5]. Разом з тим Закон докорінно не вирішує проблеми імпорту та обігу нелегальної продукції, оскільки не визначено орган, що координуватиме дії щодо попередження і виявлення порушень у цій сфері.

У сфері правового регулювання прав на знаки для товарів і послуг потребують впровадження положення Паризької конвенції про охорону промислової власності, згідно з якими, країна-учасниця Конвенції зобов'язана надавати охорону знакам, які компетентний орган цієї країни визнав загальновідомими. В Україні досі не визначено ані порядку визнання знаків загальновідомими, ані органу, до компетенції якого належатиме визнання знаків загальновідомими [7,8].

У перспективі істотною проблемою стане відсутність спеціалізованого судового органу для вирішення суперечок щодо прав інтелектуальної власності. На сьогоднішній день судова система не здатна ефективно вирішувати справи з питань інтелектуальної власності через відсутність у суддів спеціальних знань у цій галузі, зокрема у сфері винаходів та корисних моделей. Але слід відзначити, що на сьогодні певні зрушення вже є. Так Кабінетом міністрів санкціоновано створення у Києві Науково-дослідного

інституту інтелектуальної власності у складі Академії правових наук [9].

Список літератури: 1. Всемирная организация интеллектуальной собственности. – Женева.- 1995. - 59 с. 2. *Дахно И. И.* Патентно-лицензионная работа.- К.: Блиц-Информ, 1996. - 256 с. 3. Закон України. Про охорону прав на винаходи та корисні моделі // Галицькі контракти. – 1997.- № 8.- С. 36-41. 4. Закон України. “Про розповсюдження примірників аудіовізуальних творів та фонограм” від 23 березня 2000 р., Liga on-line. 5. Указ Президента України “Про заходи щодо охорони інтелектуальної власності в Україні” від 27. 04. 2001 р. № 285/2001, Liga on-line. 6. Закон України. “Про захист від недобросовісної конкуренції”. Відомості Верховної ради № 237 від 7. 06. 96. 7. Интеллектуальная собственность: Основные материалы: Пер. с англ.- в 2 т. – Новосибирск: ВО «Наука», 1993.- 357 с. 8. Закон України “Про охорону прав на знаки для товарів та послуг” // Галицькі контракти. - 1997.- № 8.- С. 42-45. 9. Постанова Кабінету міністрів України “Про створення Науково-дослідного інституту інтелектуальної власності” від 29 травня 2001 р. № 582, Liga on-line.

СЕРДЮК И.В., студент, г. Бердянск, БУМиБ

К ВОПРОСУ ОБ УГОЛОВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ

Современные предприятия и организации, имеющие организационно-правовые формы юридического лица, приобрели ощутимое значение во всех сегментах социального бытия. Любая сфера человеческой деятельности в той или иной мере обязана своим существованием функционированию юридических лиц. Современный характер социальных отношений значительно отличается по своей сложности и многоаспектности в сравнении с отношениями, носившими более простой характер в прошлом. Указанная сложность не может не сказаться на отдельных аспектах уголовно-правовых отношений, при которых юридическое лицо стало приобретать собственную волю, собственные цели, задачи. Соответственно юридические лица наряду с лицами физическими стали совершать деяния, отличающиеся большой общественной опасностью. В ряде промышленно-развитых стран осознана

данная проблема, нашедшая отражение в развитии доктрины ответственности юридических лиц, однако в законодательной практике Украины институт уголовной ответственности юридических лиц отсутствует. Это вытекает из содержания части 1 статьи 18 нового УК – закрепление в уголовном законе признаков субъекта преступления является гарантией недопустимости привлечения к уголовной ответственности юридических лиц. Подобного института не было и в проекте УК Украины, принятом во втором чтении.

Введение в законодательство института уголовной ответственности юридических лиц встречает серьезные аргументированные возражения. Наиболее существенным из них является то, что в действиях юридических лиц отсутствует субъективное условие уголовной ответственности – психическое отношение к содеянному. В соответствии с этим утверждением, если преступления совершены отдельными представителями юридического лица, то именно эти представители, а не юридические лица должны нести уголовную ответственность. Однако юридическое лицо, будучи юридической фикцией, не может иметь никакой психики и, соответственно, непосредственно к юридическому лицу понятие вины не применимо. Поэтому в тех странах, где закон допускает уголовную ответственность юридического лица, принято считать, что вина его воплощается в виновном поведении руководителей или представителей. В Англии это получило название «принцип отождествления (идентификации)». Его суть состоит в том, что действие (или бездействие) и психическое состояние высших должностных лиц корпорации (контролирующих служащих) определяется как действие и психическое состояние корпорации. В этом случае возникает не замещающая, а личная ответственность корпорации. В тех случаях, когда преступление совершено должностным лицом, корпорация отвечает как исполнитель, если же служащий выступал в качестве соучастника – корпорация подлежит ответственности как соучастник.

Следующее возражение связано с принципами личной виновенной ответственности, индивидуализации уголовной ответственности и наказания. Как утверждают противники уголовной ответственности юридических лиц, привлекая к ответственности юридическое лицо, мы тем самым привлекаем его к ответственности за действия одного или нескольких конкретных физических лиц – его руководителей.

Еще одно серьезное возражение заключается в том, что в отношении юридического лица нельзя применять санкции, которые указаны в уголовном законе и применяются к физическим лицам: тюремное заключение, исправительные работы. Вместе с тем, в отношении юридических лиц могут применяться классические имущественные санкции – штраф и конфискация.

Таким образом, проблемный вопрос признания юридических лиц субъектами отдельных уголовно-наказуемых деяний отечественным уголовным законодательством не разрешается, остается дискуссионным и требует соответствующей научной разработки.

ТКАЧОВ М.М., асистент кафедри права НТУ «ХП»

ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ПОРУШЕННЯ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

В процесі економічного розвитку питання щодо охорони права інтелектуальної власності стає все більш актуальним, незважаючи на те, що воно і не відноситься до першочергових проблем, економічного зростання України, але має суттєве значення для нормального функціонування держави як правової та демократичної. В умовах низьких доходів громадян та відсутності постійного стабільного заробітку, виникає стимул для придбання та використання переважною більшістю споживачів продукції, яка виготовлена з порушенням права інтелектуальної власності.

Відповідальність за порушення права інтелектуальної власності, в Україні регулюється Цивільним кодексом, Кодексом про адміністративні

правопорушення та Кримінальним кодексом та іншими нормативно-правовими актами. Цивільно-правова відповідальність, відрізняється від адміністративної та кримінальної (яка настає не залежно від волі власника, а за фактом порушення права на ОІВ) тим, що справа щодо порушення прав на ОІВ може бути порушена виключно судом за заявою власника або уповноваженою ним особою.

Виходячи з вищезазначених видів захисту права власників ОІВ найбільш ефективним є цивільно-правовий захист. Він ґрунтується на нормах ЦК України та встановлює, що кожна особа, право якої порушено має можливість звернутися до суду захистом свого права. Порушення права інтелектуальної власності можливе у різних формах: а) у активній формі, шляхом вчинення певних дій (посягання на право інтелектуальної власності); б) у пасивній формі, шляхом утримання від вчинення дій які особа зобов'язана вчинити в силу закону, чи іншого акту (невизнання права інтелектуальної власності органами, через які у встановлених законом випадках має проводитися легітимація результатів інтелектуальної, творчої діяльності); в) у змішаній формі (невизнання права інтелектуальної власності з наступним незаконним використанням тим же суб'єктом результатів чужої інтелектуальної, творчої діяльності).

Цивільно-правовий захист передбачає перелік заходів які направлені на захист власника, а саме: застосування негайних заходів щодо запобігання порушенню права інтелектуальної власності та збереження відповідних доказів; зупинення пропуску через митний кордон України товарів, імпорт чи експорт яких здійснюється з порушенням права інтелектуальної власності; вилучення з цивільного обороту товарів, виготовлених або введених у цивільний оборот з порушенням права інтелектуальної власності та знищення таких товарів; вилучення з цивільного обороту матеріалів та знарядь, які використовувалися переважно для виготовлення товарів з порушенням права інтелектуальної власності або вилучення та знищення

таких матеріалів та знарядь; застосування разового грошового стягнення замість відшкодування збитків за неправомірне використання об'єкта права інтелектуальної власності. Розмір стягнення визначається відповідно до закону з урахуванням вини особи та інших обставин, що мають істотне значення; опублікування в засобах масової інформації відомостей про порушення права інтелектуальної власності та зміст судового рішення щодо такого порушення.

Цивільно-правова відповідальність за порушення права інтелектуальної власності, як і за порушення будь-яких цивільних прав, передбачена ст.ст. 16, 22, 23 ЦК України. Тобто, саме цей вид відповідальності є найбільш автономним, оскільки залежить виключно від волі власника ОІВ та здійснюється ним з власної волі не залежно від волі інших осіб, на відміну від кримінальної і адміністративної відповідальності.

Список літератури: 1. Основи інтелектуальної власності. (Цибульов П. М. – К. , 2005). 2. Цивільний кодекс України // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, NN 40-44, ст.356 3. Кримінальний кодекс України // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2001, N 25-26, ст.131 4. Кодекс України про адміністративні правопорушення // Відомості Верховної Ради Української РСР (ВВР) 1984, додаток до N 51, ст.1122

ХОМЕНКО А.О., магістрант, м.Київ, НТУУ «КПІ»

ДЕЯКІ АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ ДЕРЖАВНОЇ СИСТЕМИ ПРАВОВОЇ ОХОРОНИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ

За роки незалежності в Україні створена державна система правової охорони інтелектуальної власності. Так, сформована нормативно-правова база, що в цілому відповідає міжнародним нормам і стандартам, розбудована відповідна інфраструктура, запроваджені механізми реалізації правових норм.

Можна стверджувати що з кожним роком, підвищується рівень захисту прав інтелектуальної власності, налагоджується координація дій правоохоронних та контролюючих органів по боротьбі з піратством у сфері інтелектуальної власності, створена система патентно-інформаційного забезпечення, національна система підготовки, перепідготовки й підвищення кваліфікації фахівців у сфері інтелектуальної власності, запроваджені сучасні методи здійснення експертизи заявок на видачу охоронних документів на об'єкти промислової власності.

Щорічно зростає кількість заявок на реєстрацію об'єктів інтелектуальної власності. В середньому за рік надходить близько 35 тис. заявок (в тому числі близько 15% від іноземних заявників) та видається понад 25 тис. охоронних документів. Значним досягненням стало істотне скорочення строків розгляду заявок на винаходи, корисні моделі, торговельні марки.

Позитивні зрушення сталися і у сфері авторського права та суміжних прав. Здійснено майже 27 тис. реєстрацій прав автора на твір, запроваджено моніторинг телерадіоканалів, посилено як державний контроль за використанням об'єктів авторського права і суміжних прав, так і з боку суб'єктів господарювання. [1]

Однак, при цьому деякі аспекти державної системи правової охорони інтелектуальної власності потребують подальшого вдосконалення.

Одним із основних напрямів зовнішньої політики нашої держави є її інтеграція як повноправного члена у світове і європейське економічне й культурне співтовариство. Важливою складовою цього процесу в Україні є створення максимально сприятливих правових, організаційних та економічних умов для юридичних і фізичних осіб щодо набуття, здійснення і захисту прав інтелектуальної власності. Насамперед це стосується удосконалення національного законодавства в сфері інтелектуальної власності. Зміни до чинного законодавства у сфері інтелектуальної власності мають бути спрямовані на:

- адаптацію національного законодавства до законодавства ЄС;
- приведення законодавства з питань інтелектуальної власності у відповідність до Цивільного кодексу України;
- удосконалення нормативно-правової бази експертизи заявок на об'єкти промислової власності;
- посилення законодавчого захисту прав інтелектуальної власності;
- узгодження актів національного законодавства у сфері інтелектуальної власності між собою та узгодженість національного законодавства України в сфері інтелектуальної власності із загальним міжнародним законодавством;
- вчасне врахування у спеціальних законах щодо інтелектуальної власності змін, які сталися у міжнародному праві;
- вдосконалення правових механізмів економічного стимулювання творчої праці;
- приєднання, в разі необхідності, до нових міжнародних договорів.

Як бачимо дана тема є надзвичайно актуальною та потребує подальшого наукового дослідження та опрацювання.

Список літератури: 1. Програма розвитку державної системи правової охорони інтелектуальної власності в Україні на 2010 – 2014 роки, схвалено рішенням Колегії Державного департаменту інтелектуальної власності (Протокол від 14 грудня 2009 р. № 14) // sips.gov.ua/ua/progrrozv9-14.html.

СЕКЦІЯ 6. УПРАВЛІННЯ ТА ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА ПІДПРИЄМСТВ, СОЦІАЛЬНІ ПРОЦЕСИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

МАСЛАК М.В., магістрант, м.Харків, НТУ «ХПІ»

УПРАВЛІННЯ САНАЦІЙНОЮ СПРОМОЖНІСТЮ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

У процесі становлення ринкових відносин в Україні, питання пов'язані з санацією підприємства мають важливе практичне значення. В умовах, коли майже всі ланки фінансової системи опинилися в кризі, з'явилась необхідність проведення санації підприємств з метою виведення їх з глибокої кризи. В даний час кожен суб'єкт, незалежно від виду основної діяльності і форми власності підприємства повинний реально оцінювати як власний фінансовий стан, так і фінансовий стан потенційних партнерів чи контрагентів.

Під санаційною спроможністю слід розуміти сукупність можливостей підприємства до підтримання стійких тенденцій його розвитку у напрямках виробничої, соціальної, маркетингової та фінансової діяльності з метою забезпечення платоспроможності, конкурентноздатності та життєздатності у довгостроковій перспективі.

Санаційну спроможність необхідно розглядати як комплексну природну характеристику соціально-економічної системи, що здатна підтримувати її у збалансованому, стійкому стані і є запорукою її успішного функціонування. Вона виступає своєрідним “економічним імунітетом” підприємства, що визначає його спроможність протидіяти негативним впливам факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, формуючи здатність суб'єкта господарювання до самовідтворення.

Розрізняємо природну та набуту санаційну спроможність. Природна – є властивістю будь-якої новоствореної соціально-економічної системи і визначається її потенціалом, а набута формується в результаті взаємодії із факторами зовнішнього та внутрішнього середовища у процесі його функціонування і потребує постійного оцінювання та управління.

Окрім того, визначено 3 рівні санаційної спроможності підприємства, а саме: макро-, мезо- та мікрорівень.

Слід враховувати систему факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, під впливом яких формується санаційна спроможність підприємства. До факторів внутрішнього середовища віднесено маркетинговий, трудовий, виробничий та фінансовий потенціал. Вплив зовнішнього середовища виявляється через фактори прямої дії, до яких належать: конкуренти, споживачі, постачальники, інвестори, посередники та контактні аудиторії і фактори непрямої дії, зокрема, такі, як: політико-правові, економічні та науково-технічні.

Санаційну спроможність розглядаємо як одну із характеристик соціально-економічної системи, якій притаманні наступні властивості: цілісність, поліструктурність, складність, нестаціонарність, унікальність, адаптивність, синергічність та протиентропійність.

На наш погляд, існує заємозв'язок санаційної спроможності із потенціалом підприємства. Тому, поряд із категорією “санаційна спроможність підприємства” використаємо поняття “санаційний потенціал”, під яким слід розуміти наявність у суб'єкта господарювання фінансово-економічних, виробничих, трудових ресурсів і можливостей їх ефективного використання у напрямку відновлення та підтримання достатнього рівня санаційної спроможності. При цьому санаційна спроможність підприємства є якісною характеристикою його здатності до виживання, тоді, як санаційний потенціал – кількісною.

Машинобудівна галузь України перебуває в кризі, ознаками якої є:

скорочення чисельності працюючих та різке зростання частки збиткових підприємств. Окрім того, більшість підприємств цієї галузі потерпають від нестачі фінансових ресурсів, що, у свою чергу, створює передумови для поглиблення кризи. Продукція вітчизняного машинобудування залишається досить трудо- та матеріаломісткою, що призводить до зниження рівня її конкурентоспроможності, як на світовому, так і на вітчизняному ринках.

Все це вказує на необхідність розробки дієвої системи протидії розвитку та поглиблення кризи, що ґрунтується на спроможності підприємства до самовідтворення та виживання.

ПОЛЯК М.І., студент IV курсу, **КВЯТКОВСЬКА Л.А.**, к.е.н., доц., м. Кременчук, КНУ імені Михайла Остроградського

ЕТАПИ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Зміни в промисловості, викликані як науково-технічним прогресом, так і системними перетвореннями, здійснюваними в умовах економічної нестабільності, ставлять перед підприємством безліч завдань, найважливішою з яких є перебудова системи управління стійким розвитком підприємства.

Концепція стійкого розвитку базується на основних принципах [1]:

- забезпечення збалансованості економіки та екології, тобто досягнення такого ступеню розвитку, коли прагнення зберегти навколишнє середовище є вирішальним;
- максимальне використання в інтересах населення ресурсів, які формуються економічним розвитком та сприяють йому;
- розв'язання задач, пов'язаних з розвитком не лише в інтересах сучасного покоління, але і всіх наступних поколінь, що мають рівні права на ресурси.

Процес формування стратегії стійкого розвитку підприємства відноситься до розряду реалізується поетапно. Кожен етап складається з ряду операцій, взаємозв'язаних між собою. [2]

1. Перший етап – постановка мети – визначення економічної дієздатності підприємства в контексті стійкого розвитку. Для визначення цієї мети необхідно оцінити вплив стратегії на стійкий розвиток підприємства, побудувавши дерево цілей. Побудова дерева цілей економічної стратегії підприємства ґрунтується на результатах стратегічного економічного аналізу і оцінки впливу стратегії на стійкий розвиток підприємства.

2. Другий етап формування стратегії стійкого розвитку підприємства – розробка варіантів досягнення цілей. Обмеженість ресурсів вимагає ранжирувати проблем по їх актуальності, масштабності, враховуючи стадію життєвого циклу підприємства. Необхідно провести аналіз впливу внутрішніх і зовнішніх чинників на стратегію стійкого розвитку підприємства і факторний аналіз впливу стратегії на стійкий розвиток підприємства з метою з'ясування причин, що мають несприятливу дію. Розробка альтернативних варіантів забезпечить високу якість і ефективність майбутнього управлінського рішення.

3. Третій етап формування стратегії стійкого розвитку підприємства – вибір найкращих варіантів з безлічі альтернативних. Критерієм ухвалення управлінського рішення є економічний стан підприємства і відповідні критерії стійкого розвитку.

Аналіз показників стійкого розвитку підприємства згідно міжнародним методичним рекомендаціям доцільно здійснювати в розрізі:

- фінансово-економічних показників;
- соціальних показників;
- екологічних показників;
- інституційних показників.

Стратегічне управління економічною діяльністю підприємства носить цільовий характер. Будучи чітко вираженими, стратегічні цілі стають могутнім засобом підвищення ефективності економічної діяльності в довгостроковій перспективі, її координації і контролю, а також базою для ухвалення управлінських рішень по всіх основних напрямках економічного розвитку підприємства.

Список літератури: 1. Чухно А. Актуальні проблеми стратегії економічного і соціального розвитку на сучасному етапі / А.Чухно // Економіка України. – 2004. – №4. – С.15-22. 2. Шестерикова Н.В. Механизм формирования стратегии устойчивого развития предприятия на основе сбалансированной системы показателей / Н.В. Шестерикова // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2008. – № 3. – с. 186–193.

ВОЛОШИНА В.Є., студентка, КНУ ім. Т. Шевченка

КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Конкурентоспроможність є одним з важливих факторів розвитку як окремих підприємств, так і національної економіки загалом. В умовах інтеграції української економіки у світову економічну систему перед вітчизняними підприємствами, орієнтованими на міжнародний ринок, виникає проблема визначення та створення стійких конкурентних переваг, з метою ефективного функціонування на зарубіжному ринку. Ці обставини обумовлюють актуальність удосконалення методів оцінювання конкурентоспроможності вітчизняних підприємств з урахування особливостей конкуренції на зовнішніх ринках. Дана проблема посідає важливе місце у сучасних економічних дослідженнях. Водночас не дістала належного висвітлення низка принципово важливих питань, пов'язаних з комплексним, всебічним дослідженням міжнародної конкурентоспроможності підприємств.

Міжнародна конкурентоспроможність підприємства – здатність підприємства створювати та реалізовувати продукцію, цінові й нецінові якості якої більш привабливі, ніж в аналогічній продукції конкурентів на зовнішньому ринку [3]. Під системою управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства слід розуміти сукупність організаційної структури, процесів, технологій, положень ресурсів тощо, необхідних для створення і реалізації умов, які сприятимуть створенню конкурентних переваг у короткостроковому та довгостроковому періодах. Розробка стратегії конкурентоспроможності на зовнішньому ринку підприємства включає наступні етапи:

1) моніторинг конкурентного середовища міжнародного ринку – передбачає дослідження основних факторів зовнішнього ринку для визначення можливостей і загроз підприємства, ступеня інтенсивності конкуренції на зовнішньому ринку, рівня «вхідних бар'єрів».

2) оцінювання конкурентоспроможності підприємства, його продукції та основних конкурентів на зовнішньому ринку, що полягає у визначенні основних ключових факторів успіху підприємства, конкурентних переваг, які можуть забезпечити йому успішне функціонування та довгострокове випередження конкурентів на зовнішньому ринку.

3) реалізація стратегії управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства – полягає у визначенні засобів досягнення підприємством стратегічних цілей.

4) оцінювання й контроль реалізації визначеної стратегії управління конкурентоспроможністю підприємства на зовнішньому ринку [1].

Оцінювання конкурентоспроможності є ланкою, що забезпечує стійкість підприємства на міжнародному ринку. Єдиного й універсального підходу до оцінювання конкурентоспроможності як на вітчизняному, так і на міжнародному ринку – не існує. У сучасній економічній науці використовується велика кількість підходів до оцінювання

конкурентоспроможності підприємства та товару. Дані методичні підходи різняться не тільки процесом оцінювання та набором показників конкурентоспроможності, але й можуть істотно відрізнятися результатами оцінювання. У науковій літературі залежно від підходу до визначення поняття «конкурентоспроможність підприємства» можна виділити такі групи розрахункових методів її оцінювання (див. рис. 1):

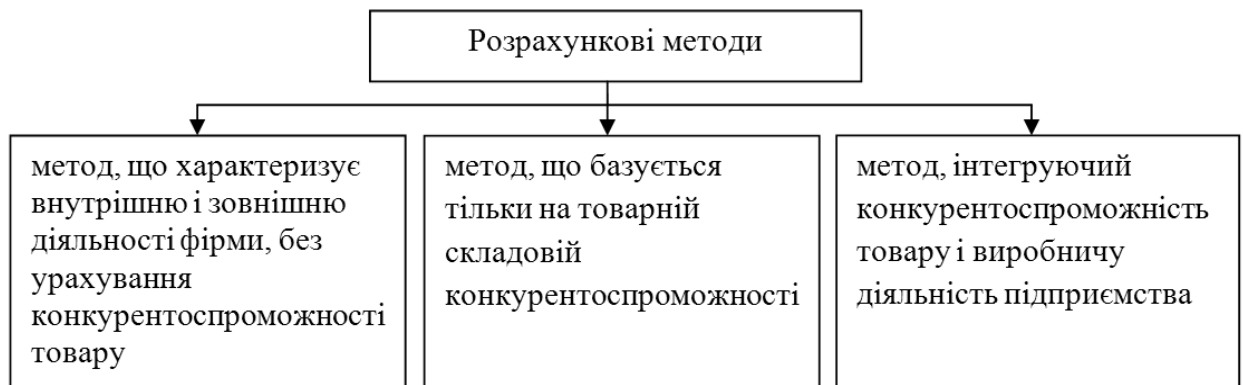


Рис. 1. Класифікація розрахункових методів

За рідкісним винятком без оцінювання позиції товару на ринку не можна вести мову про конкурентоспроможність його виробника. На ринку результат діяльності фірми – це її товар, конкурентоспроможність якого оцінює ринок. Оскільки конкурентоспроможне підприємство має не тільки випускати конкурентоспроможні товари, але й мати потенціал в майбутньому розробляти, виготовляти, збувати й обслуговувати товари, що перевершують за якістю та ціною аналоги на зовнішньому ринку, при оцінюванні міжнародної конкурентоспроможності підприємств, конкурентоспроможність товарів повинна розглядатися спільно з ресурсами (потенціалом) підприємства та вмінням продуктивно їх використовувати. Зазначене формує доцільність розробки об'єктивних методів оцінювання конкурентоспроможності товарів і конкурентного «потенціалу» підприємств та інтегрування їх в один оцінний показник. Результатом такого оцінювання є показник, що в загальному вигляді визначає рівень

конкурентоспроможності та реагує на зміни різних аспектів діяльності підприємства.

Прийняття обґрунтованих управлінських рішень при розробці та реалізації міжнародної ринкової стратегії визначає необхідність проведення на вітчизняних підприємствах кількісного оцінювання конкурентоспроможності. Застосування даного підходу дасть змогу виявити конкурентні позиції виробників зовнішнього ринку, динаміку рівня їх конкурентоспроможності та «проблемні місця» підприємства. Кількісна комплексна оцінка міжнародної конкурентоспроможності підприємства дає змогу останньому моделювати її рівень, визначати напрямок розвитку та оперувати в управлінні всебічним аналізом своєї діяльності та діяльності конкурентів.

Список літератури: 1. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: стратегічний підхід: Монографія / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. – Донецьк: Дон ДУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2006. – 294 с. 2. Піддубний І.О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства/ І.О. Піддубний, А.І. Піддубна. – Х. : ВД «ІНЖЕК». 2004. – 264 с. 3. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств / Ю.В. Колесник // Економіка. Фінанси. Право. – 2010. – № 5. – С. 3–8. 4. Фасхiev Х.А. Как измерить конкурентоспособность предприятия // Маркетинг в России и за рубежом / Х.А. Фасхiev, Е.В. Попова. – 2003. – № 4. – С. 53–68.

КОБЕЛЄВА Т.А., аспірант НТУ «ХП»

ТОРОЙ ІЛЛКА, професор, проректор університету м.Куопіо (Фінляндия)

ДОСЛІДЖЕННЯ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ АСИНХРОННИХ ЕЛЕКТРОДВИГУНІВ

Низьковольтні асинхронні двигуни (АД) загального призначення потужністю 0,25...400 кВт (стандартні АД), складають основу силового електроприводу, який використовується в усіх галузях та в побуті населенням. АД загального призначення потужністю від 0,06 до 400 кВт

напругою до 1000 В - найбільш широко вживані електричні машини. У народногосподарському парку електродвигунів вони складають по кількості 90%, по потужності - приблизно 55%. Вони споживають по різним оцінкам від 35 до 60 відсотків електроенергії (рис.1), тому їх дослідженню надається велике значення.

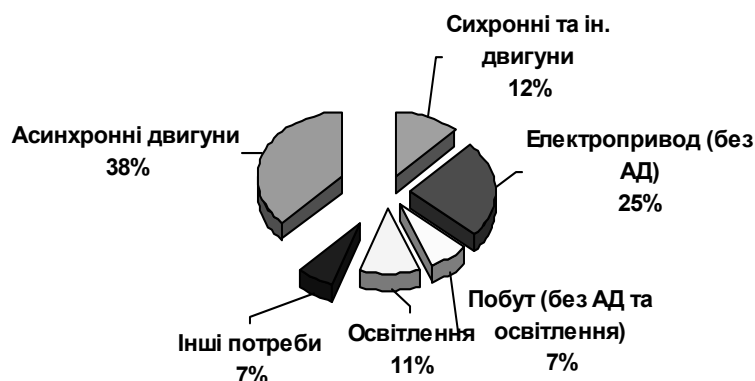


Рис.1. Структура споживання електричної енергії в Україні

В даний час внутрішній ринок України, не формує скільки-небудь певних вимог до стандартних АД, окрім цінових. У зв'язку з цим для виявлення тенденцій зміни вимог споживачів до їх економічних характеристик та споживчих якостей будемо виходити з вимог зовнішнього ринку, на якому вже працюють українські виробники, а також з досягнень основних зарубіжних виробників стандартних АД.

В табл.1 приведена кількісна та відносна структура вітчизняного парку асинхронних електродвигунів, а розподіл АД по споживанню електроенергії в залежності від потужності АД представлено на рис.2.

Таблиця 1 - Структура загального парку асинхронних електродвигунів в розрізі сфер народного господарства України

Сфери народного господарства України	Парк асинхронних двигунів	
	тисяч штук	%%
Промисловість, всього	5790	25,0
- в тому числі:		
❖ машинобудування	2240	9,7
❖ інші галузі	3550	15,3

Агропромисловий комплекс	4980	21,5
Транспорт та зв'язок	2690	11,6
Будівництво	1925	8,3
Житлово-комунальне господарство	940	4,1
Інші сфери народного господарства	2890	12,4
Побутові потреби населення	3950	17,1
Всього український парк асинхронних двигунів	23165	100,0

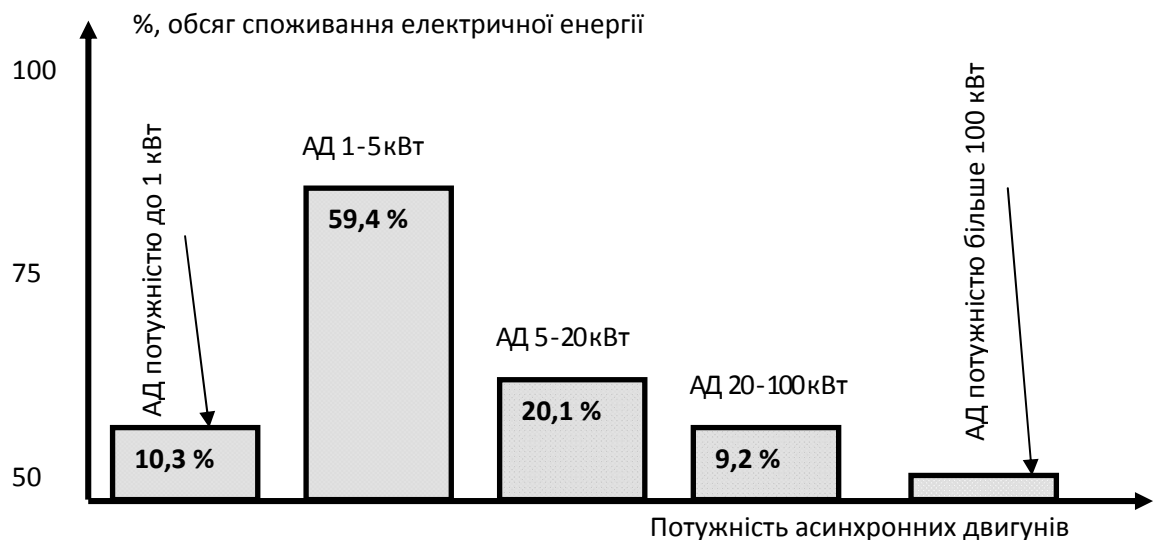


Рис.2. Структура споживання електричної енергії асинхронними двигунами в залежності від їх потужності

Асортимент асинхронних електродвигунів вітчизняного виробництва на українському ринку в своїй більшості представлений продукцією Дніпропетровського електромеханічного заводу, Полтавського заводу «Електромотор», Харківського електротехнічного заводу «Укрелектромаш», електротехнічного заводу з Нової Каховки «Південелектромаш» та Ужгородським заводом електродвигунів.

Важливе значення для формування кон'юктурних співвідношень на українському ринку АД має дослідження структури попиту на цю продукцію. Проведені нами дослідження показують, що найбільш значущими критеріями сегментації попиту на АД є структура попиту на АД за механізмами використання (рис.3) та за розміром потужності АД (рис.4).



Рис. 3. Структура попиту на асинхронні двигуни за механізмами використанням

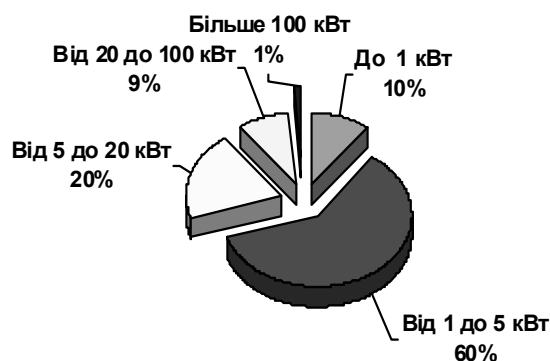


Рис. 4. Структура попиту на асинхронні двигуни за розміром потужності

Аналіз даних рис.4 показує, що найбільш масовий і дешевий асинхронний електропривод по кількості споживаної електроенергії знаходиться в діапазоні потужностей 1-20 кВт, а серед виконавчих механізмів найпоширенішими є вентилятори, транспортери і насоси, складові більше половини загальної кількості механізмів (рис.3).

В даний час внутрішній ринок України, покликаний відображати інтереси споживачів, не формулює скільки-небудь певних вимог до стандартних асинхронних двигунів, окрім цінових. У зв'язку з цим для виявлення тенденцій їх вдосконалення виходитимемо з вимог зовнішнього

ринку, на якому вже працюють українські підприємства, і з досягнень основних зарубіжних виробників стандартних асинхронних двигунів.

КАЩЄВА І.О., аспірант, м. Харків, Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського «ХАІ»

АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ЩОДО ВИБОРУ СПОСОБУ РЕОРГАНІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Управління процесом реорганізації набуває все більшого значення для українських підприємств, керівники яких усвідомлюють необхідність технічної, економічної і фінансової перебудови для фінансового оздоровлення підприємства, підвищення ефективності використання всіх його ресурсів, збільшення обсягів виробництва продукції, забезпечення загальної конкурентоспроможності підприємства.

Таким чином, метою реорганізації є не тільки знаходження способів виведення підприємства з кризового стану, а й перетворення його в рентабельне виробництво, забезпечення прибуткової діяльності в довгостроковому періоді. Своєчасна та професійно проведена реорганізація позитивно впливає на організаційно-управлінські, податкові, фінансові та соціальні аспекти діяльності підприємства.

В даний час, в умовах фінансової кризи, практично кожне підприємство піддається реорганізації в тій чи іншій формі. Організаційні зміни в залежності від конкретних обставин можуть бути незначними і стосуватися тільки окремих підрозділів підприємства чи окремих видів діяльності, а можуть бути більш глибокими та багатосторонніми.

Підприємству, що має намір провести реорганізацію, запропоновано такі, законодавчо закріплені види реорганізації:

- реорганізація, спрямована на укрупнення підприємства (злиття, приєднання);

- реорганізація, спрямована на подрібнення підприємства (виділення, поділ);
- реорганізація перетворенням без зміни розмірів підприємства.

Кожен із приведених видів реорганізації має як свої переваги, так і недоліки.

Конкретне підприємство вибирає для себе найбільш ефективну форму реорганізаційних перетворень, виходячи з галузевої приналежності підприємства, його організаційно-правової форми, розмірів підприємства, його фінансового стану, цілей реорганізації, наявності фінансових, правових і технічних можливостей проведення реорганізації з урахуванням специфіки зовнішнього середовища, в якому підприємство функціонує.

При виборі способу реорганізації слід також враховувати тривалість і складність процедури реорганізації, її затратність, можливість максимального збереження корпоративних прав учасників, а також виробничо-технічного та кадрового потенціалу підприємства.

У зв'язку з цим розробка підходів щодо вибору найбільш раціонального способу реорганізації підприємств є актуальною задачею.

Для вирішення цієї задачі зроблено наступне:

- проведено аналіз статистики стосовно реорганізації підприємств в Україні;
- проаналізовано закордонний досвід;
- визначено певні закономірності, загальні тенденції розвитку даного процесу;
- визначено особливості застосування реорганізаційних перетворень в різних країнах і регіонах;
- проаналізовано найбільш популярні в світовій практиці види реорганізації у формі злиттів і поглинань, що є джерелами розширення діяльності сучасних компаній;

- запропоновано підхід, який дозволяє вирішити проблеми вибору найбільш раціонального способу реорганізації підприємств на основі аналізу критеріїв, за якими визначається необхідність проведення реорганізаційних заходів, їх своєчасність, інтенсивність, очікувана ефективність.

ДЬОРДЬ КОЦІСКИ, проф., декан Мішкольцьського університету (Угорщина)

САКАЙ ДЕЖЕ, проф., зав.каф. Мішкольцьського університету (Угорщина)

БАРТОЛИ МАРК, проф., зав.каф. Гренобльського ун-ту (Франція)

ДОСЛІДЖЕННЯ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНУ «КОНКУРЕНЦІЯ»

Проведене дослідження показує, що в економічній теорії існують три основних підходи до визначення поняття «конкуренція».

Поведінковий підхід, який характеризує основні моделі поведінки ринкових суб'єктів, був введений А.Смітом. З точки зору цього підходу, конкуренція – це суперництво на ринку між економічними суб'єктами. Надалі поведінкове розуміння конкуренції вдосконалювалося в напрямку більш точного визначення її мети й способів ведення. Так, у марксистському трактуванні конкуренцією називається властива товарному виробництву антагоністична боротьба між приватними виробниками за найбільш вигідні умови виробництва та збуту товарів. Поведінковий опис конкуренції в неокласичному варіанті спирається на ресурсні джерела економічної діяльності - обмеженість фактично любого ресурсу по відношенню до потреб суспільства. На думку американського економіста П.Хейне «конкуренція є намагання як можна краще задовольнити критерії доступу до рідкісних благ». Безперечно, у дусі поведінкової інтерпретації конкуренції написано й основні роботи М. Портера. Він відзначає, що конкуренція – динамічний процес, що розвивається, ландшафт, що безупинно змінюється, на якому з'являються нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси й нові ринкові сегменти. На його думку, конкуренцію на будь-якому ринку можна розглядати як протидію п'яти конкурентним силам: погрозі появи нових

конкурентів; погрози появи товарів або послуг-замінників, суперників з погляду ціни; здатності постачальників торгуватися; здатності покупців торгуватися; суперництву вже існуючих конкурентів між собою. На користь цього підходу можна віднести і визначення конкуренції надане А.Ю.Юдановим: конкуренція – це боротьба за обмежений обсяг платоспроможного попиту споживачів, яка ведеться на доступних сегментах ринку».

Функціональний підхід розглядає роль конкуренції в економіці. Марксистсько-ленінська філософія розглядала конкуренцію, з одного боку, як зовнішню силу, яка заставляла виробників підвищувати продуктивність праці на своїх підприємствах, розширювати виробництво, зменшувати собівартість, збільшувати накопичення. З іншого боку, ця теорія розглядала конкуренцію як таку що займається руйнацією, веде до занепаду підприємств і економіки в цілому. На противагу цій теорії, Д.Юм підтримував діаметрально протилежну точку зору. Для нього конкуренція є вищою формою співробітництва з метою відкриття нових форм ринкових відносин. Й.Шумпетер, який першим звернув увагу на інноваційну складову конкуренції, вважав її рушійною силою вдосконалення підприємницької діяльності, розвитку економіки, використання нових методів і т.п. Р.Нельсон та С.Уінтер дотримуються приблизно цієї ж точки зору, акцентуючи увагу при цьому, що конкуренція збільшує кількість процедур відкриттів, а так як ні одна фірма не знає наперед, яке нововведення буде найкращим, тому кожна з них робить свій вибір, аналогічно природному відбору та розвитку. Хайек Ф. підкреслює інноваційну складову конкуренції, називаючи її механізм «процедурою відкриття», підтримуючи таким чином в цьому сенсі Р.Нельсона та С.Уинтера. На його думку ринок потроху витісняє підприємства, які використовують застарілі методи і технології.

Структурний підхід розглядає конкуренцію через аналіз структури галузі/ринку і зосереджується на умовах, які на цей час панують в певному економічному просторі. Цей підхід сформувався поряд з поведінковим трактуванням у XIX і одержав своє поширення у XX столітті. Джерела

структурного підходу до визначення конкуренції – у роботах Ф. Еджуорта, А. Курно, Дж. Робінсона, Е. Чемберліна і інших вчених, що заклали фундамент сучасної західної теорії чотирьох основних типів ринків: досконалої конкуренції, монополістичної конкуренції, олігополії й монополії. В кожному з них має місце відповідна специфіка конкурентної взаємодії. Позиції цієї групи вчених у сучасній західній економічній науці, як підкреслює Ю.Б.Іванов з співавторами, настільки сильні, що сам термін «конкуренція» («competition») частіше використовується саме в структурному розумінні. Якщо ж потрібно підкреслити поведінковий бік конкуренції, нерідко користуються іншим словом – «суперництво» («rivalry»).

Інтеграція всі вище приведених теорій та підходів в єдину концепцію призвела до утворення в 1980-х роках цілого напрямку економічної думки – теорії організації промисловості, яка дозволила здійснювати аналіз галузей та ринків більш комплексно, з використанням різнопланового економічного інструментарію.

КУДІНОВА О.А., студент, м. Донецьк, ДонНУ

СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВІ ВІДНОСИНИ В АСПЕКТІ СОЦІАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА В УКРАЇНІ

В умовах трансформаційної економіки, коли протистояння соціальних груп населення набуває великого масштабу, важливим стає знаходження таких форм та методів взаємодії та співпраці суб'єктів соціально-трудових відносин, що відповідали б умовам та потребам суспільства.

Питання соціально-трудових відносин в системі соціального партнерства є об'єктом дослідження багатьох вітчизняних вчених-економістів, зокрема В.М. Данюка, А.М. Колота, В.М.Лукашевича, М.Й.Малік, В.М.Петюха, С.О.Цимбалюк, О.В.Шкільова.

У світі найбільш цивілізованим способом узгодження інтересів найманих працівників, роботодавців та держави визнано соціальне партнерство. Поняття «соціальне партнерство» в економічній науці трактується

неоднозначно. Найбільш поширеним є розуміння соціального партнерства як системи відносин між працівниками, роботодавцями та виконавчою владою у ході реалізації їх соціально-економічних прав та інтересів, направлена на врахування інтересів сторін шляхом взаємних переговорів.

Українська модель соціального партнерства характеризується рисами класичного трипартизму, тобто регулювання соціально-трудових відносин трьома суб'єктами: профспілками, роботодавцями та державою.

Найбільшою організацією роботодавців на сьогодні в Україні є Федерація роботодавців України (ФРУ). Вона присутня в 48 найбільш вагомих секторах економіки України, її членами є 14 всеукраїнських галузевих та 36 територіальних організацій роботодавців, на підприємствах членів ФРУ працює понад 7 млн. робітників. ФРУ є членом Міжнародної організації роботодавців і взаємодіє з Міжнародною організацією праці.

Другим суб'єктом системи соціального партнерства є профспілки України. Найбільшу частину цих профспілок (85%) об'єднує Федерація профспілок України (ФПУ), створена у 1990 р. До складу ФПУ входять 44 галузеві членські організації та 27 територіальних об'єднань. Загальна кількість членів досягла 9 208,5 тис. осіб.

Правовою основою системи соціального партнерства в Україні є Конституція України, Кодекс законів про працю, закони України «Про оплату праці», «Про колективні договори і угоди», «Про професійні спілки, їх права та гарантії діяльності», «Про організації роботодавців», «Про соціальний діалог», ратифіковані ВРУ рекомендації МОП.

Основним засобом соціального партнерства є колективно-договірне регулювання трудових відносин, яке реалізується в нашій країні через систему угод на різних рівнях держави: Генеральну, Регіональну, Галузеву угоди. На рівні підприємства укладаються колективні договори, однак їх зміст не охоплює всі сторони трудових відносин, внаслідок чого не забезпечується достатній соціальний захист, не здійснюється підтримка

найманих працівників. Станом на кінець 2009 р. було зареєстровано 94964 колективних договорів, що охоплюють 9038,3 тис. осіб., що свідчить про недостатнє залучення найманих працівників до колективно-договірного регулювання.

Таким чином, система соціального партнерства не є цілком сформованою і має наступні негативні риси: недосконалість законодавчого забезпечення, відсутність єдиного закону «Про соціальне партнерство», недосконалість системи колективно-договірного регулювання.

З метою вирішення існуючих проблем, необхідною є реалізація наступних заходів: реформування законодавчої основи соціального партнерства, розширення кола учасників соціально-трудових відносин, уніфікація нормативно-правових актів з нормами міжнародного права, підвищення інформованості суспільства щодо соціального партнерства, створення відповідних умов для ефективної співпраці роботодавців та профспілок.

ПОБЕРЕЖНА Н.М., ст. викл. каф. ЕА і О, м. Харків, НТУ «ХП»

ПРИНЦИПИ ОЦІНКИ ТА ДІАГНОСТИКИ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Багатоцільовий характер діяльності сучасних машинобудівних підприємств потребує дослідження особливостей кожної цілі, її змісту, ролі, взаємозв'язків та взаємовпливу.

За результатами аналізу робіт М.Х Мескона, Р. Акоффа, П. Друкера та інших вважаємо, що до ключових чинників успіху, від яких залежить досягнення функціональних цілей ефективної діяльності підприємства необхідно віднести:

- виживання;
- результативність;
- ефективність;

- зростання.

Пропонуємо ці ключові чинники успіху використовувати як додаткові специфічні характеристики напрямку проведення методики оцінки та діагностики виробничого потенціалу підприємства.

Проведення оцінки та діагностики виробничого потенціалу, аналітичне дослідження, його результати та використання їх в управлінні виробництвом, на нашу думку, мають відповідати певним методологічним принципам:

1) аналіз має бути науковим, тобто базуватися на положеннях діалектичної теорії пізнання, враховувати вимоги економічних законів розвитку виробництва, використовувати досягнення НТП і передового досвіду, найновіші методи економічних досліджень;

2) аналіз має бути комплексним. Комплексність дослідження та оцінки виробничого потенціалу потребує охоплення всіх ланок і всіх сторін діяльності промислового підприємства;

3) системний підхід, за якого кожний об'єкт, що вивчається та оцінюється, розглядають як складну динамічну систему, елементи котрої певним способом пов'язані між собою та із зовнішнім середовищем. Вивчення кожного об'єкту належить здійснювати з урахуванням усіх внутрішніх і зовнішніх зв'язків, взаємозалежності і співпорядкованості його окремих елементів;

4) аналіз має бути об'єктивним, конкретним, точним. Він має базуватися на достовірній, перевірній інформації, що реально відображає об'єктивну дійсність, висновки його потрібно обґрунтувати точними аналітичними розрахунками;

5) аналіз має бути дієвим, активно впливати на процеси виробництва та їхні результати;

6) аналіз має бути оперативним, що потребує вміння приймати управлінські рішення та втілювати їх у життя;

7) оцінюючи певні прояви економічного життя та результатів

господарювання, необхідно враховувати відповідність їх державній економічній, соціальній, екологічній, міжнародній політиці і законодавству.

Застосування методів оцінки та діагностики при здійсненні ефективного управління потенціалом на машинобудівних підприємствах повинне забезпечити динамічну оцінку процесів формування їх конкурентних переваг, тому при оцінці та діагностиці необхідно враховувати сучасні концепції менеджменту на основі використання процесного, системного й ситуаційного підходів.

Особливої уваги при проведенні оцінки та діагностиці виробничого потенціалу машинобудівних підприємств заслуговує використання експертних технологій.

Володіння сучасними експертними технологіями управління потребує наявності в особі, яка приймає рішення, необхідного досвіду, знань, умінь, навичок, іншими словами, професіоналізму в області управління. Відсутність такого професіоналізму нерідко призводить до дорогих помилок.

ПОБЕРЕЖНИЙ Р.О., аспірант, НТУ «ХПІ», Харків

ІНТЕГРАЦІЯ СИСТЕМИ ЗСП У СИСТЕМУ КЕРУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Задача реалізації стратегії актуальна з тих пір, як стали створюватися стратегії. Однак необхідність успішного розв'язку цього завдання в останні роки стала особливо очевидною. Внаслідок збільшення складності й динамічності зовнішнього конкурентного оточення термін дії обраної стратегії суттєво скорочується. До причин скорочення життєвих циклів стратегій можна віднести, зміни в політиці та оподатковуванні, злиття компаній - клієнтів або конкурентів або можливості, що з'являються внаслідок виникнення нових інформаційних і комунікаційних технологій. При короткому життєвому циклі стратегії, що й постійно скорочується, успіх підприємства значною мірою залежить від можливостей її швидкої й діючої

реалізації.

Реальна та достатня здатність підприємства реалізовувати свою стратегію - це єдино можлива реакція на актуальну проблему скорочення життєвих циклів стратегій. Однак процес реалізації стратегії на практиці являє собою одну із ключових проблем стратегічного управління підприємством.

Слід відзначити, що на розробку, вибір та виконання стратегії суттєво впливають соціально – психологічні процеси, що відбуваються на підприємстві. Варто пам'ятати, що стратегії розробляються та виконуються працівниками підприємства, кожен з яких має власні інтереси, потреби, уподобання, які в тій чи іншій мірі відповідають усталеним формальним та неформальним відносинам та сприяють або суперечать стратегічним цілям [2, с. 378].

Але, надто важливо, щоб розуміння стратегії й свого внеску в її реалізацію було в кожного співробітника, який бере участь у досягненні стратегічних цілей підприємства, бо стратегії можуть бути успішно реалізовані тільки тоді, коли їх розуміють співробітники компанії, і ці стратегії можуть бути «операціоналізовані».

Вказані недоліки, на нашу думку, можливо усунути за допомогою впровадження сучасного методу управління - Збалансованої Системи Показників (ЗСП).

Щоб спланувати й забезпечити процес реалізації стратегічних цілей необхідно, для кожної з них розробляти відповідні фінансові й нефінансові показники, по яких, у свою чергу, визначаються цільові й фактичні значення. Збалансована система показників націлена на запобігання ізольованого розгляду окремих перспектив і передбачає розробку системи показників, які забезпечують керівника або менеджера логічним і інтуїтивно зрозумілим інструментарієм.

Методика ЗСП націлює розробників на визначення причинно - наслідкових зв'язків між стратегічними цілями підприємства і завданням усіх

їх структурних ланок і функціональних служб, показуючи яких результатів треба досягти менеджерам різних рівнів та окремим виконавцям, щоб став реальним кінцевий результат – зросли доходи та прибуток, обсяг товарообігу, рівень рентабельності тощо.

Для інтеграції системи ЗСП у систему керування сучасних промислових підприємств необхідні:

- контролінг, за допомогою якого перевіряється послідовне впровадження стратегічних заходів системи;
- інтеграція системи в стратегічне й оперативне планування для послідовної її адаптації до нової стратегії й точної трансформації операційних цілей і стратегічних заходів у річне планування й бюджетування;
- інтеграція в систему звітності для забезпечення поточного моніторингу досягнення цілей;
- інтеграція в систему керівництва персоналу для закріплення операційних цілей і стратегічних заходів і узгодження цілей з виконавцями.

СЕРЕДА Д.С., студент, ***О.О. СЕРЕДА***, асистент, СНУ ім. В. Даля

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА ПРИ ФОРМУВАННІ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ

Сучасне функціонування підприємств здійснюється в умовах мінливого зовнішнього середовища, для якого характерні нестабільність податкового законодавства та фінансово-грошової політики, зниження обсягів кредитування підприємств, що значно знижує рівень стійкості підприємства і збільшує кризові тенденції. Тому необхідним є забезпечення фінансової безпеки на підприємствах, яка стала б запорукою досягнення і підтримання найважливіших фінансових пропорцій, зокрема структури капіталу, на рівні, необхідному для створення передумов ефективного функціонування в поточному та перспективному періодах.

У процесі аналізу наукової літератури визначено, що фінансову безпеку підприємства вчені розглядають, у таких аспектах: як складову економічної безпеки; як стан захищеності інтересів підприємства; як стан ефективного використання ресурсів підприємства; як фінансовий стан, який характеризується, по-перше, збалансованістю і якістю сукупності фінансових інструментів; по-друге, стійкістю до внутрішніх і зовнішніх загроз; по-третє, здатністю фінансової системи підприємства забезпечувати реалізацію цілей і завдань достатніми обсягами фінансових ресурсів.

З сутнісних характеристик фінансової безпеки впливає її спрямованість на досягнення головної мети функціонування підприємства – забезпечення зростання його ринкової вартості. Одним з факторів зростання ринкової вартості є структура капіталу, що являє собою співвідношення усіх видів власного і позикового капіталу.

Однією з найважливіших проблем при формуванні оптимальної структури капіталу є визначення рівня фінансової безпеки підприємства, як невід'ємного елементу системи фінансового регулювання. Отже, фінансову безпеку підприємства при формуванні оптимальної структури капіталу можна розглядати як складну динамічну систему, що забезпечує раціональне фінансування і розвиток підприємства за допомогою ефективного використання залученого капіталу в умовах зовнішніх і внутрішніх загроз [1].

Структура капіталу формується під впливом різних факторів, що відображають, як характеристики підприємства, так і вплив на неї зовнішнього середовища, тому усі загрози фінансовій безпеці підприємства підрозділяють на зовнішні й внутрішні. Якщо внутрішні загрози прямо залежать від фінансової стратегії і тактики підприємства, і можуть бути виявлені і виправлені, то зовнішні загрози, що відображають фінансово-економічну ситуацію в країні, в деякій своїй частині не можуть бути вчасно виявлені, і, як наслідок, локалізовані. Тому для забезпечення фінансової

безпеки підприємства при формуванні структури капіталу доцільно встановити індикатори та створити систему моніторингу загрозам, і запобігати впливу таких ризиків.

Індикаторами фінансової безпеки підприємства є такі показники: коефіцієнт покриття, коефіцієнт автономії, рівень фінансового левериджу, коефіцієнт покриття відсотків, рентабельність активів, рентабельність власного капіталу, середньозважена вартість капіталу, темпи зростання прибутку, обсягів продажу, обсягів активів, співвідношення дебіторської і кредиторської заборгованості [2].

В якості стратегічного індикатора фінансової безпеки при визначенні оптимальної структури капіталу доцільно використовувати ринкову вартість підприємства. У перспективному плані оптимальна структура капіталу досягається при максимальних значеннях доданої ринкової вартості.

Таким чином, формування структури капіталу у комплексі з зовнішніми можливостями і загрозами підприємства дасть змогу вибрати стратегічні альтернативи і забезпечить ефективний розвиток підприємства.

Список літератури: 1. Г.Я. Аніловська. До питання фінансової безпеки підприємства при залученні капіталу // Г.Я. Аніловська, Н.С. Марушко / Науковий вісник НЛТУ України. Збірник науково-технічних праць. - 2009. - Вип. 19.4. С. 114-121. 2. Яремко О.Ф. Класифікація чинників фінансової безпеки промислових підприємств / Наукові записки. Серія «Економіка». - 2011.- Випуск 16. С. 242-247.

ОГЛАВЛЕНИЕ

СЕКЦІЯ 1. МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВ ТА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

БЕСПОЯСНАЯ М.В., ПУЧКОВА С.И. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАДРОВОЙ СЛУЖБЫ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА	3
БОНДАРЕНКО И.В. ОСОБЕННОСТИ ОПЛАТЫ ТРУДА В РАЗВИТЫХ СТРАНАХ МИРА	6
ВЛАСЕНКО Ю.С. УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ОРГАНІЗАЦІЇ	9
ГОФШТЕЙН Е.И. КАК ПРАВИЛЬНО РАССТАТЬСЯ С СОТРУДНИКОМ	11
ГУЦАН А.Н. ИСТОРИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ НАУЧНЫХ ВЗГЛЯДОВ НА МОТИВАЦИЮ	13
ЗАМУЛА О.В. РОЛЬ І ПРОЦЕДУРА БЮДЖЕТУВАННЯ В ПРОЦЕСІ СТВОРЕННЯ МЕНЕДЖЕРА ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	15
ИГНАТЬЕВА Ю.И. ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ПОДХОД – УЧЕТ ИНТЕРЕСОВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	17
КОЛОВА С.А. МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ТАКТИЧНОЇ ТА СТРАТЕГІЧНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	20
МАМБЕТКУЛОВА О.П., КУЛИНЯК І.Я. SKYPE ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЗАСІБ КОМУНІКАЦІЙ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА	22
НІЗОВЕЦЬ В.В., ПУЧКОВА С.І. АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ	24
ПЕДОРИЧ Т.А. ІННОВАЦІЇ ЯК НАПРЯМ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	28
ПЕТРАЩАК О.О. ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ БАЗОВИХ СТРАТЕГІЙ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА МЕБЛЕВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	30
ПОБЕРЕЖНИЙ Д.О. ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	33
РАССОХА А.О. УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ	35
РОМАЗАНОВА И.Р. ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ФОРМИРОВАНИЯ КАДРОВОГО РЕЗЕРВА	37
СКРЕБЦОВ Е.А. ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ФАКТОР В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ	39
СТРЕХОВА С.В. ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	41

ТАХТАУЛОВА О.С. МІСЦЕ ТА РОЛЬ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ В ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОМУ МЕХАНІЗМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	46
ТУНІК-ЧОРНА Т.В., КУЛИНЯК І.Я., НОВАКІВСЬКИЙ І.І. GOOGLE WAVE ЯК НОВИЙ ЗАСІБ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ.....	48
ФИЛИППОВА Н.В. ЭВОЛЮЦИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ВЗГЛЯДОВ НА УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ (ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ).....	50
ХІЗНІЧЕНКО С.Є. УПРАВЛІННЯ ПРОФЕСОРСЬКО-ВИКЛАДАЦЬКИМ СКЛАДОМ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ.....	52
ПЕРЕРВА П.Г., ГУЦАН А.Н., ШИМПФ К. РАЗВИТИЕ МЕТОДОВ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....	56
ШТЕФАН О.А. РОЛЬ РОЗВИТКУ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ	58

СЕКЦІЯ 2. ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА ТА МАРКЕТИНГ

ІСМАІЛОВА І.Н., ГУТА І.О., ГРИШКО Н.Є. ШЛЯХИ ЗНИЖЕННЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА	61
ЛАФАЗАН С.О., ЛИТВИНЕНКО М.Р., КВЯТКОВСЬКА Л.А. ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В КОНЦЕПЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІАГНОСТИКИ	63
БУРЛІЦЬКА О.П. РЕАЛЬНІСТЬ СЕМПЛІНГУ В ТОРГОВОМУ МАРКЕТИНГУ	65
ВЕРХОГЛЯДОВА Н.І., ПРИМУШ Ю.С. СУТНІСТЬ ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ «УПРАВЛІННЯ» ПІДПРИЄМСТВОМ.....	67
КРАМСЬКОЇ Д.Ю., ГАЙДАМАКА Н.А. ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ФІРМИ.....	70
ГОЛУБ Н.Л., ТАБАЧНІКОВА Н.В. НАПРЯМКИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ.....	73
ГОНЧАРОВА Т.В. ПОНЯТТЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	77
ГУДЗ Р.Б. ПРОБЛЕМИ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ.....	79
ГОНЧАРОВА О.А., ЯКОВЛЕВА Н.Г. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ ТРЕБОВАНИЕ ИЛИ ПРИХОТЬ СОВРЕМЕННОГО МИРА.	81
ВОЛІКОВ В.В., ЛАРКА М.І. ОСНОВНІ ПАРАМЕТРИ РОЗРАХУНКУ ВАРТОСТІ БРЕНД-КАПІТАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	86
ЄВТУШЕНКО М.В. ПРОБЛЕМИ ЗАСТОСУВАННЯ ЕКОНОМІКО-ПРАВОВИХ ТА АДМІНІСТРАТИВНИХ МЕХАНІЗМІВ ПІДПРИЄМСТВОМ І ДЕРЖАВОЮ ТА НАПРЯМИ ЇХ УДОСКОНАЛЕННЯ	88
ЖАДАН Т.А. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ОЛІЙНО-ЖИРОВОЇ ГАЛУЗІ ТА НЕОБХІДНІСТЬ ЇЇ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ.....	93

ЖМІНЬКА Л.А. ЕФЕКТИВНІСТЬ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	95
КОСТЕНКО А.О. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ САНАЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	97
КРАВЕЦЬ А.В. РОЛЬ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТА ФІНАНСОВОГО РИНКУ У ФОРМУВАННІ ФІНАНСОВО-КРЕДИТНОГО МЕХАНІЗМУ АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВ В УКРАЇНІ.....	100
КУРИЛО Т.О., ПРОСКУРНЯ О.М., ДУБОВИК В.С. УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМИ ЗАПАСАМИ В ТОРГІВЕЛЬНІЙ МЕРЕЖІ.....	103
МАЦКАНІЧ І.М. ВІТЧИЗНЯНІ ТА МІЖНАРОДНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ.....	105
КРУГЛОВА А.О., ВЕРЮТІНА А.О. ПРОЦЕС БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ НА СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ.....	108
МЕДВІДЬ В.Ю., ДЬОМОЧКІНА М.С., САРКІСЯН Ю.С. ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ.....	111
НАЗАРОВА Г.Г. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ.....	114
НЕЧИВІЛОВА Н.І., ШАПОВАЛОВА Т.Ю. МАЛЕ ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМСТВО – ОСОБЛИВА ФОРМА ОРГАНІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	117
ОЛЕЙНИК Е.Л. РОЛЬ И МЕСТО РЕКЛАМЫ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА.....	119
ОЛЬШЕВСЬКА О.О., ЄРІС Г.М., ПАТИЦЬКА О.В. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ І РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	121
ОЛЬШЕВСЬКА О.О., ТРОЯН В.І., СЛЮСАРЕНКО І.С. БАНКРУТСТВО ПІДПРИЄМСТВА В УКРАЇНІ: СУТНІСТЬ ТА ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ.....	123
ПОТАШНАЯ Н.А. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ РИСКА.....	126
РАДКІВСЬКА О.В., МАМАЛИГА С.В. АНКЕТА ЯК ОСНОВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ЗБИРАННЯ ПЕРВИННОЇ ІНФОРМАЦІЇ.....	129
СИРОМ'ЯТНИКОВА О.В. ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДГРУНТЯ РЕФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ В КРИЗОВИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....	131
САБЛІН Д.О. ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ І ОСНОВНІ НАПРЯМИ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	133
СЛОБОДЯНИК Н.П., ТАБАЧНИКОВА Н.В. ІННОВАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ.....	136
КРАМСЬКОЇ Д.Ю., ТАТЕВОСОВА К.А. УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	138

ТКАЧЕВА Н.П. АДАПТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫМИ ПРИЕМУЩЕСТВАМИ	141
ТРОФИМОВА І.В. ВАЖЛИВІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ	143
ЯВДАК М.Ю. КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	145
ГАВРИСЮК Я.П., ФЕДОРОВА О.В. ШЛЯХИ ЗМЕНШЕННЯ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ ЗА РАХУНОК ОБІГУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ	148

СЕКЦІЯ 3. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ ТА АУДИТУ В ЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

ВІЛЕНСЬКА А.М. СТВОРЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ РЕЗЕРВУ СУМНІВНИХ БОРГІВ В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ	151
ДІМОВА В.А. ВИЗНАЧЕННЯ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ПРИБУТКУ	153
ЗЕЛЕНАЯ В.Н. BSC И ПРОБЛЕМЫ ЕЕ ВНЕДРЕНИЯ УКРАИНЕ	155
ЛАГОВСЬКА О.А., РЕНЬКАС А.Я. ПІДХОДИ ТА МЕТОДИ ОЦІНКИ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ	157
ОЛІЙНИК Н.М. РОЛЬ ДЕРЖАВНОГО КАЗНАЧЕЙСТВА УКРАЇНИ В ЕФЕКТИВНОМУ ВИКОРИСТАННІ ДЕРЖАВНИХ КОШТІВ	159
ЛИННИК О.І., УДОВИЧЕНКО С.О., ЧЕЛЕНКО В.Ю. АКТУАЛЬНІСТЬ ТА ДОЦІЛЬНІСТЬ ЗМІН У СПРОЩЕНІЙ СИСТЕМІ ОПОДАТКУВАННЯ	161

СЕКЦІЯ 4. УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ТА ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ

ГРИШКО Н.Є., ІВАНОВА С.А., ПРИЛИПКО Д.В. ПРОБЛЕМИ ІНВЕСТУВАННЯ МАШИНОБУДУВАННЯ УКРАЇНИ	165
АЙЗЕНБЕРГ А.Б. ПРОБЛЕМЫ ОСВОЕНИЯ ИННОВАЦИЙ	168
ВИХЛЯЕВА С.И., КЛЕТЧИКОВА А.С. ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОБЛЕМ ОРГАНИЗАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ	170
ГОЛОВАНЬ Г.Г. ВИЗНАННЯ ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ НЕМАТЕРІАЛЬНИМИ АКТИВАМИ ТА ЇХ ОЦІНКА	173
ЄЛТОВ О.С. УДОСКОНАЛЕННЯ ШЛЯХІВ КАПІТАЛІЗАЦІЇ БАНКУ	175
ИСАНШИНА Г.Ю. УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ	177
КАМЧАТНА-СТЕПАНОВА К.В. ПОСЛІДОВНІСТЬ ЗДІЙСНЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	179
КОРОЛЬОВА В.В. ДОСЛІДЖЕННЯ ТА РОЗРОБКА ЕФЕКТИВНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ	181

КРАВЧЕНКО Є.В. УПРАВЛІННЯ АКТИВАМИ НЕДЕРЖАВНИХ ПЕНСІЙНИХ ФОНДІВ	183
ЛАВРОВ Р.В. СЕГМЕНТАЦІЯ БАНКІВСЬКИХ ІННОВАЦІЙНИХ ФІНАНСОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ.....	185
СОКОЛЕНКО Т.Н., МАРІАН МАН УНІВЕРСИТЕТСЬКИЙ ТРАНСФЕР НАУКОМІСТКИХ ТЕХНОЛОГІЙ: ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ.....	189
МЕЛЬНИЧЕНКО О.В. ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ МЕТОДІВ ОЦІНКИ РИНКОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИХ РОЗРОБОК	191
ОСТРОКОНЬ Ю.В. РОЗРОБКА ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЕКТУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	194
СІРЕНКО О.М. УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ОСВІТНИМИ ПРОЦЕСАМИ У ВИЩОМУ НАВЧАЛЬНОМУ ЗАКЛАДІ.....	196
СМАЛЬ С.Є., РУДАВІН А.А., ІСТОМІН А.В. СТРАТЕГІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	198
СТРОКОВ Є.М., ТИМОФЕЄВ В.М. МЕРЕЖЕВА МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ПОЛІТИКОЮ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	200
ТАРАСЕНКО С.М. ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ПОРТФЕЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ	203
ТАРАСЕНКО О.Р. УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ТА ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ.....	205
ЮДОВИЧ К.Ю. РОЗВИТОК ТЕОРЕТИЧНИХ ЗАСАД ВИЗНАЧЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ НОВОВВЕДЕНЬ.....	207
ТРУБІНА М.А. СВІТОВИЙ ДОСВІД РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ОРІЄНТОВАНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	210
ПЕРЕРВА П.Г., ВЕРЕС ШАМОШІ МАРІАНН ОРГАНІЗАЦІЙНА МОДЕЛЬ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ НАУКОВИХ РОЗРОБОК УНІВЕРСИТЕТІВ	214

СЕКЦІЯ 5. ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИЧО-ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ПРАВОВА ОХОРОНА ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

ЗАЛЮБОВСЬКА Л.М. ПРОБЛЕМИ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЗАХИСТУ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ.....	217
СЕРДЮК И.В. К ВОПРОСУ ОБ УГОЛОВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ	219
ТКАЧОВ М.М. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ПОРУШЕННЯ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ	221
ХОМЕНКО А.О. ДЕЯКІ АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ ДЕРЖАВНОЇ СИСТЕМИ ПРАВОВОЇ ОХОРОНИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ ..	223

СЕКЦІЯ 6. УПРАВЛІННЯ ТА ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА ПІДПРИЄМСТВ, СОЦІАЛЬНІ ПРОЦЕСИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

МАСЛАК М.В. УПРАВЛІННЯ САНАЦІЙНОЮ СПРОМОЖНІСТЮ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА	226
ПОЛЯК М.І. ЕТАПИ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	228
ВОЛОШИНА В.Є. КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	230
КОБЄЛЄВА Т.А., ТОРОЙ ІЛЛКА ДОСЛІДЖЕННЯ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ АСИНХРОННИХ ЕЛЕКТРОДВИГУНІВ	233
КАЩЄЄВА І.О. АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ЩОДО ВИБОРУ СПОСОБУ РЕОРГАНІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА	237
ДЬОРДЬ КОЦІСКІ, САКАЙ ДЕЖЕ, БАРТОЛИ МАРК ДОСЛІДЖЕННЯ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНУ «КОНКУРЕНЦІЯ»	239
КУДІНОВА О.А. СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВІ ВІДНОСИНИ В АСПЕКТІ СОЦІАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА В УКРАЇНІ	241
ПОБЕРЕЖНА Н.М. ПРИНЦИПИ ОЦІНКИ ТА ДІАГНОСТИКИ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ	243
ПОБЕРЕЖНИЙ Р.О. ІНТЕГРАЦІЯ СИСТЕМИ ЗСП У СИСТЕМУ КЕРУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	245
СЕРЕДА Д.С. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА ПРИ ФОРМУВАННІ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ	247

Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут» 2011 р.

Наукове видання

МАТЕРІАЛИ

II - ї Міжнародної науково–практичної Internet – конференції
студентів та молодих вчених

**«Стратегії інноваційного розвитку економіки України:
проблеми, перспективи, ефективність»**

7 грудня 2011 року
м.Харків

Редактори:

**Перерва Петро Григорович
Строков Євген Михайлович
Гуцан Олександр Миколайович**

**Верстка та оригінал-макет:
Строков Є.М.**

Підписано до друку: 5.12.2011 р. Формат 60х84/16
Папір офсетний. Друк офсетний.
Ум. друк. а 10,79
Тираж 300 екз

Надруковано в типографії ФЛП Воронюк В.В.
м. Харків, пл. Руднєва, 4
тел. (057) 757-93-82